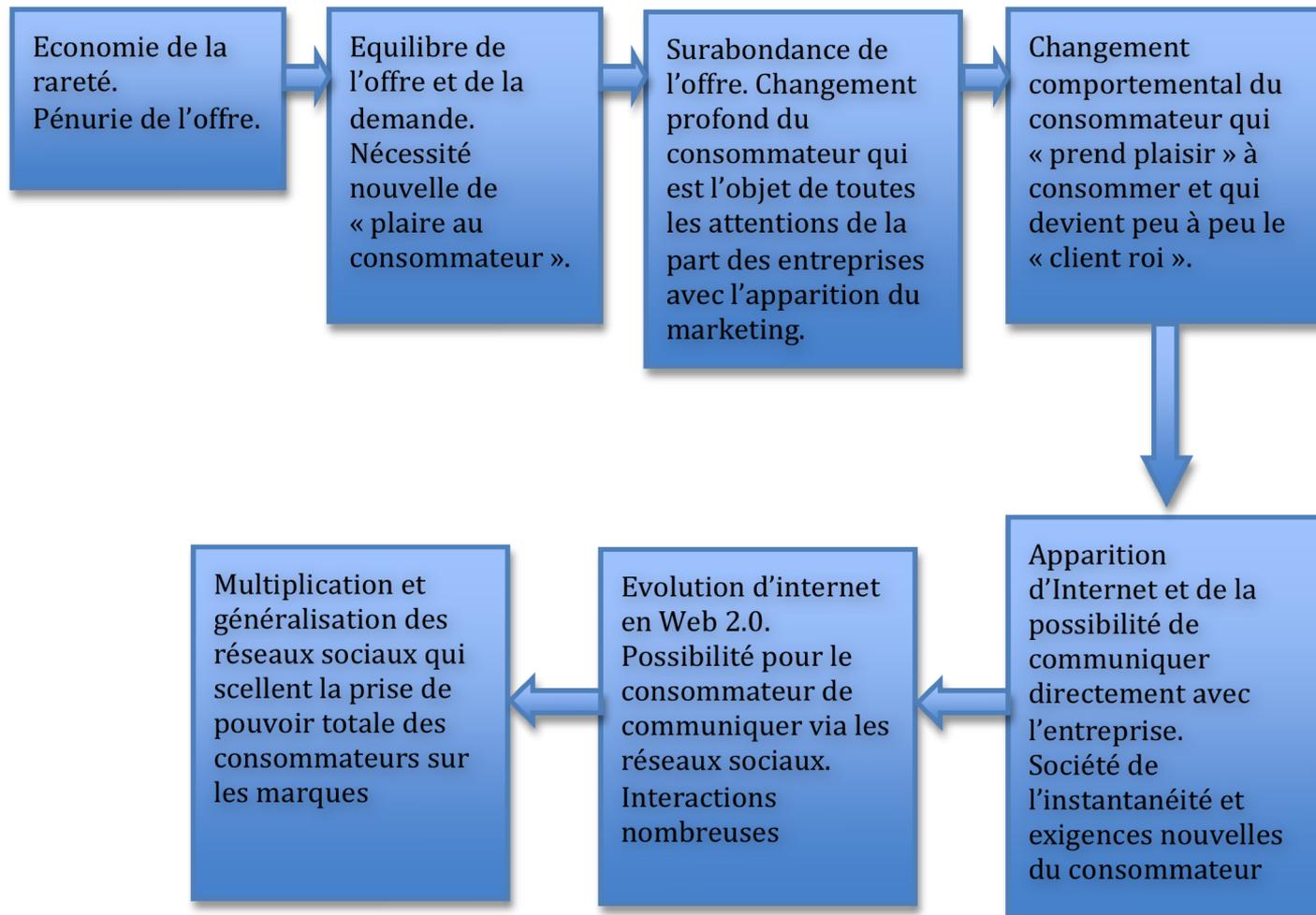




Marketing 2.0 et Marketing 3.0

S. Mayol

+ Introduction

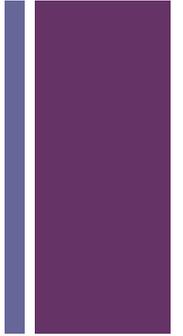




**Du
Marketing
1.0 au
Marketing
2.0**



CONTEXTE



- Le consommateur est devenu méfiant
- Il n'a plus confiance dans les marques
- 76% des consommateurs pensent que les marques ne disent pas la vérité
- Le consommateur est dans la quête de sens, d'authenticité, de transparence
- La notion de fidélité dans la durée n'existe plus:
- on est dans l'instant



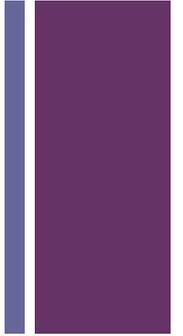
CONTEXTE



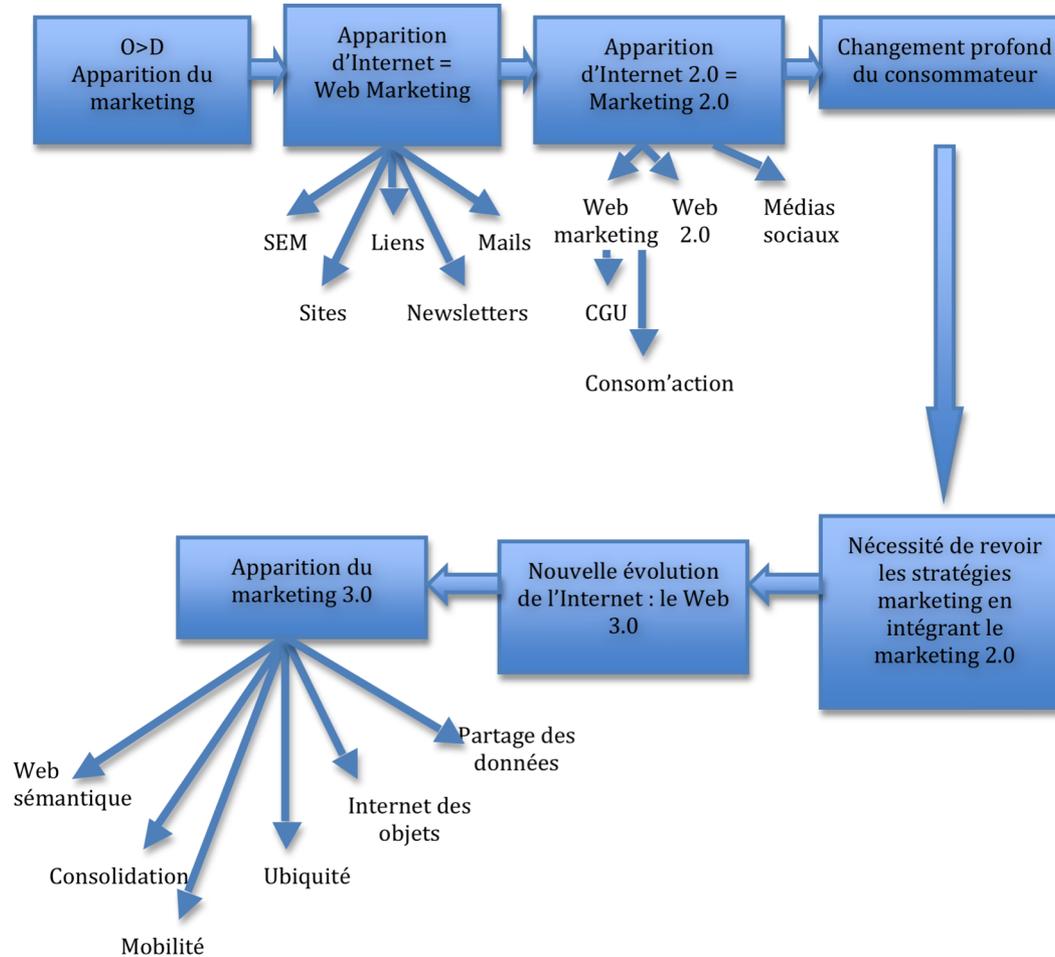
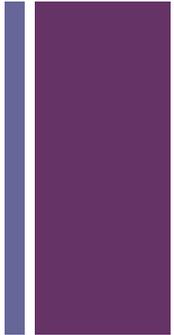
- Les modes de communication hérités de l'ère industrielle et de consommation de masse ne fonctionnent plus
- L'ère de la publicité massive est révolue
- La marque doit devenir une secte, une tribu, un clan, une religion
- Le consommateur ne se borne pas à ressentir le plaisir de consommer, mais aussi le plaisir d'**évangéliser** (Apple)

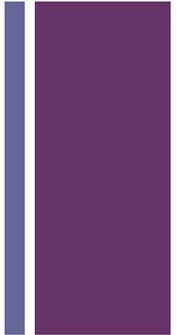


CONTEXTE

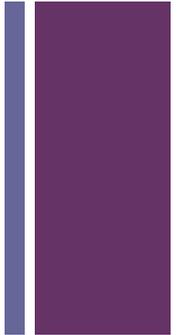


- La marque doit porter en elle:
 - une histoire
 - des valeurs
 - des héros
 - des méchants
 - des traditions
 - des codes
 - des légendes
- Elle doit donner **un rôle** au consommateur

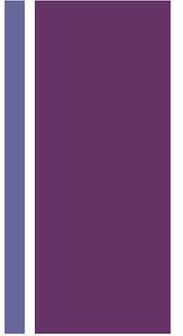




Marketing 1.0
VS
Marketing 2.0



- Les agences créatives traditionnelles doivent imaginer des histoires autour des marques
- Les agences de média traditionnelles achètent du temps et des espaces pour permettre à ces histoires d'être racontées
- Mais ce sont les consommateurs qui racontent les meilleurs histoires sur toutes les marques
- Chaque consommateur possède son propre **média personnel**



- Les consommateurs discutent des produits que l'entreprise décrit
- Ils en écrivent des références sur Wikipédia
- Ils les documentent sur Youtube
- Ils montrent ce qu'ils aiment le plus sur les sites de bookmarking

Marketing 1.0

Les marques ont le pouvoir

"les entreprises dictent leur loi"

Message créé et contrôlé par les marques

Message transmis par les publicitaires

Diffusion du message unilatéral

Celui qui dépense le plus gagne

Un produit pour tous

Promesses pas tenues

Le must, c'est une publicité à la télévision

14% des gens ont confiance en la publicité

Marketing 2.0

Tout le monde a le pouvoir

"les consommateurs dictent leur loi"

Message détourné par les utilisateurs

Message transmis par des évangélistes

Conversation multipartite

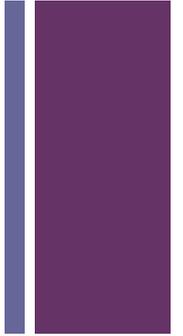
Celui qui écoute le mieux gagne

Chacun son produit (personnalisation)

Authenticité et transparence

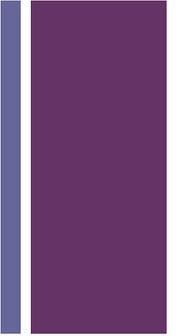
Le must, c'est le bouche-à-oreille

78% des gens ont confiance dans les recommandations d'autres consommateurs



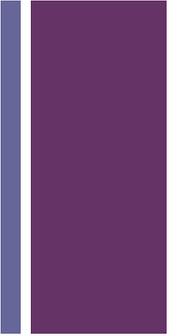
Il faut donc aller à la rencontre des utilisateurs sur Internet

- Observer ce qu'ils font
- Lire ce qu'ils disent
- Répondre à leurs commentaires
- Se concentrer sur les messages entrants plutôt que sur les messages sortants (stratégie Pull vs Push)
- Si des personnes critiquent un produit ou une société, c'est probablement parce que quelque chose a besoin d'être changé.



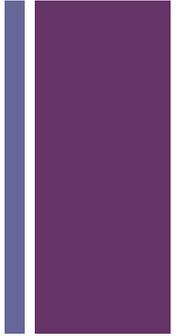
Il est essentiel de mettre en place des outils collaboratifs

- Aider les utilisateurs à partager leurs opinions sur les produits
- Blogs, forums, sondages en ligne...



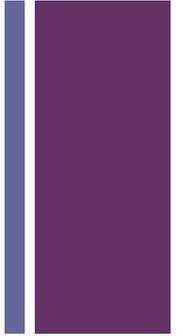
Il faut aussi se connecter avec ses clients

- Etre présents sur les réseaux sociaux
- Créer un profil de sa marque
- Trouver des groupes existants et ajouter de la valeur à ce qu'ils essayent de faire
- Participer en tant que personne, pas en tant que marketeur ou vendeur



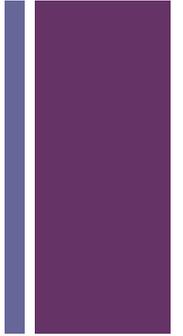
Egalement, relayer les campagnes offline sur Internet

- Partager les dernières campagnes sur Youtube
- Annoncer les prochains événements sur Twitter
- Poster des flux sur Facebook
- Bloguer sur la marque



Engager les utilisateurs à tester les produits

- Impliquer les utilisateurs dans le développement des produits (co-crédation)
- Rendre visibles les contributions des utilisateurs
- Les consommateurs sont brillants et créatifs
- Ils créeront un contenu qui valorisera mieux la marque que l'entreprise ne pourrait le faire

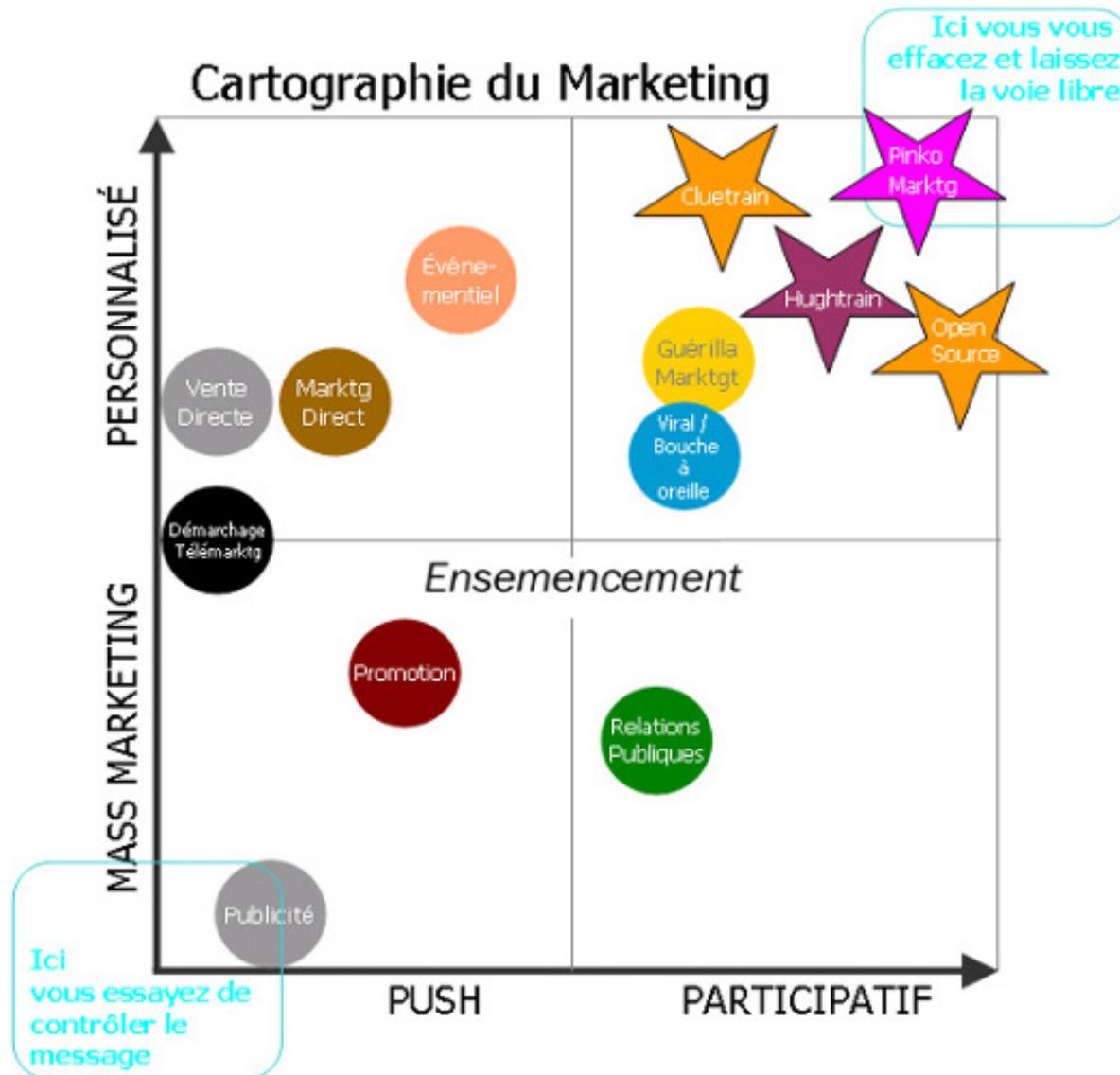
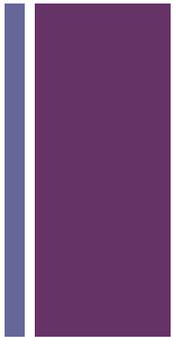


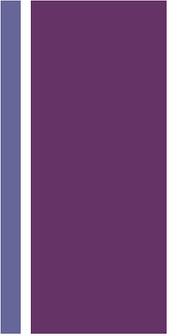
Engager et permettre aux influenceurs à faire du buzz

- Chaque communauté possède des super-utilisateurs, à haute autorité et très actifs,
- Coopérer avec les influenceurs
- Présenter les produits sans compromis
- Annoncer les événements
- Favoriser la diffusion virale



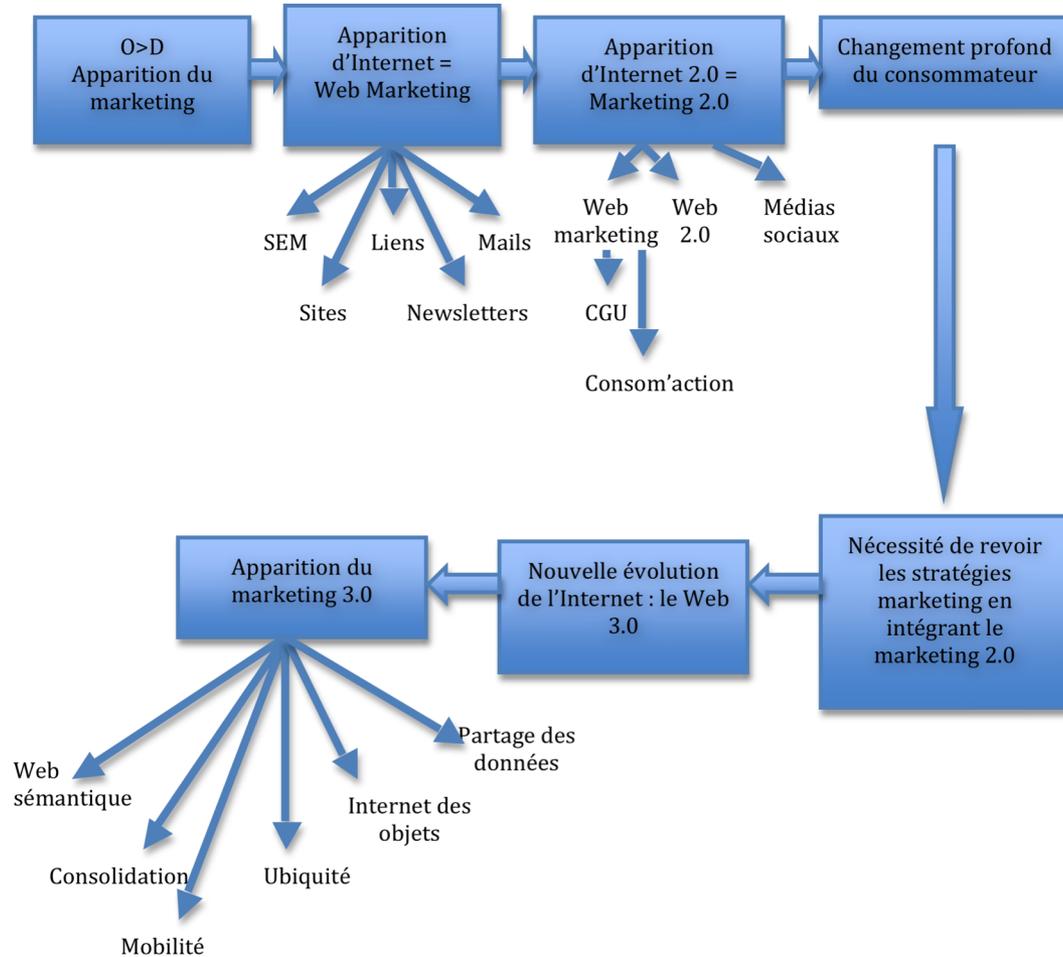
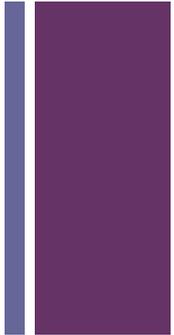
**Le
Marketing
2.0**

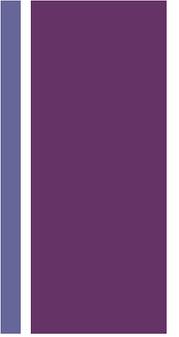




Le marketing 2.0 demande avant tout de la communication et non de la publicité

Le temps est la devise la plus valable et non l'argent.
Dépensez-le sur votre communauté.



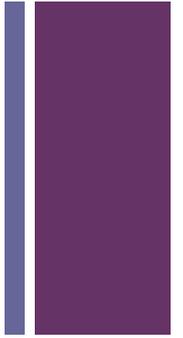


Marketing 2.0 =

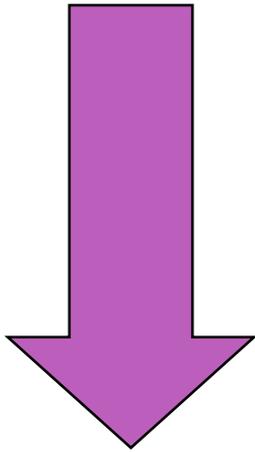
Webmarketing + Web 2.0 + Social Media

+

Marketing 2.0 =



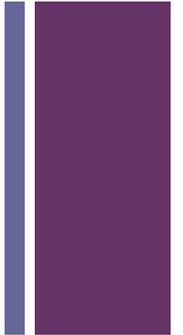
Webmarketing + Web 2.0 + Social Media



Marketing 1.0 + SEM



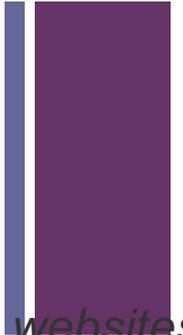
Marketing 1.0



- Démarche commerciale 1.0
(envoi de messages unidirectionnels)
- Bannières publicitaires statiques / Pop-Ups
- Affiliation (Amazon, échange de liens, partenariats)
- Email Marketing (Newsletter)
- Mini-site pour promouvoir et ségmenter un produit
- Métriques (Google Analytics)



SEM



Wikipedia: *"Search Engine Marketing (SEM) seeks to promote websites by increasing their visibility in search engine result pages (SERPs)..."*

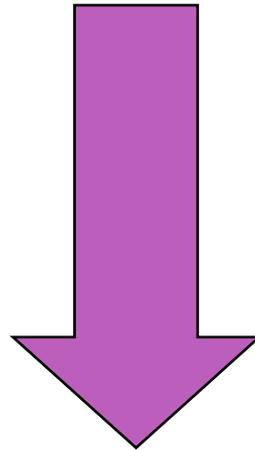
- Search Engine Optimization (SEO)
Référencement naturel/organique (optimisation du site)
- Liens sponsorisés (mots-clés / PPV / PPC / PPA)
Google Adwords = A mi-chemin entre une bannière publicitaire et un résultat d'un outil de recherche

=> Publicité contextuelle (Adsense)

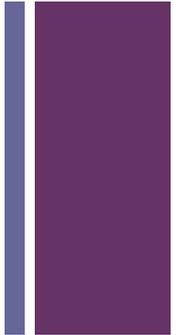
+

Marketing 2.0 =

Webmarketing + Web 2.0 + Social Media

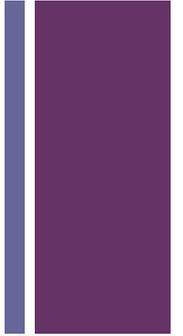


UGC +
CONSOMMATEUR





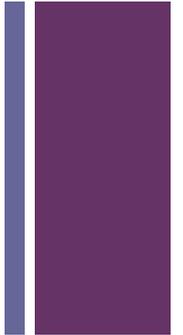
UGC



- User Generated Content
- Participation - Partage - Collaboration – Conversation
- Co-Création
- CrowdSourcing
- Exemple: Wikipédia



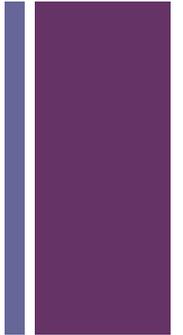
Consommacteur



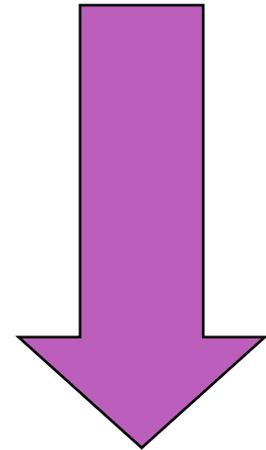
- Wikipédia: *"Un consommacteur (mot-valise formé de « consommateur » et « acteur ») est une personne qui à la fois reçoit et crée des informations, activités ou biens."*
- Prosumer

+

Marketing 2.0 =



Webmarketing + Web 2.0 + Social Media





Les médias sociaux



- **Media:** ensemble des techniques et des supports de diffusion massive de l'information et de la culture
- **Social:** notion qui implique le partage et les interactions entre individus
- **Social Media:** ensemble des techniques et des supports permettant aux individus de diffuser, partager, échanger massivement de l'information et de la culture (opinions, expériences, perspectives...)



Les médias sociaux





Techniques

+ Le marketing viral



- Action cherchant à propager et amplifier rapidement un message entre les consommateurs de manière exponentielle
- Formats : vidéo virale, e-mail, widget...

+ Le bouche à oreille



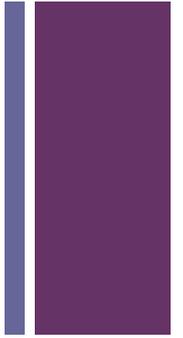
- Echange d'opinions entre 2 consommateurs à propos d'un service ou d'un produit
- Avec Internet le BAO se diffuse instantanément, sans limite géographique entre un nombre de personnes quasi illimitée
- Formats: discussion entre individus en ligne ou dans la vie courante

+ Le buzz marketing



- Diffuser de l'information vers le consommateur grâce à un évènement ou une action spectaculaire, originale et mémorable associée à une marque
- Formats : évènement, mini-site, streetmarketing, guérilla marketing
-
-
- => Créer la surprise

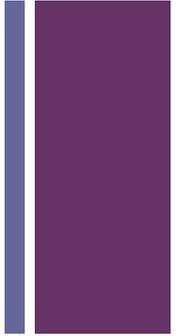
+ Le marketing personnalisé



- Personnaliser l'information diffusée vers le consommateur en s'appuyant sur son profil créé dans un réseau social (Facebook)
- Formats : messages publicitaires sur sa page personnelle

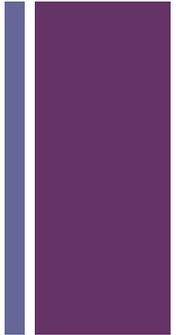


Le marketing social



- Contextualiser l'information diffusée vers le consommateur qui est devenu "Fan" d'une marque dans un réseau social (Facebook)
- Formats : messages publicitaires sur sa page personnelle

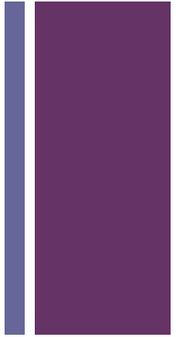
+ Le marketing d'engagement



- Participation du consommateur dans le processus de création d'un nouveau produit ou service
- Formats : commentaires et publications dans le blog associé au produit/service



Le marketing d'attention



- Personnaliser l'information diffusée vers le consommateur en s'appuyant sur ses goûts, recommandations, habitudes et son historique
- Formats : pas encore clairement définis, l'avenir nous le dira...
- Amazon, Last.fm...
- APML (Attention Profiling Markup Language)

+ Seeding

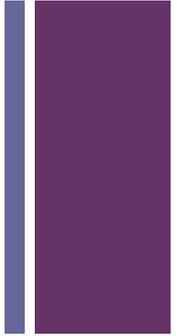
Le marketing d'influence



- Générer du bouche à oreille en impliquant les leaders d'opinions online (blogueurs) et offline (consommateurs influents) en les motivant à relayer votre message auprès de leur audience
- Formats : Plateforme BuzzParadise, programme VIP



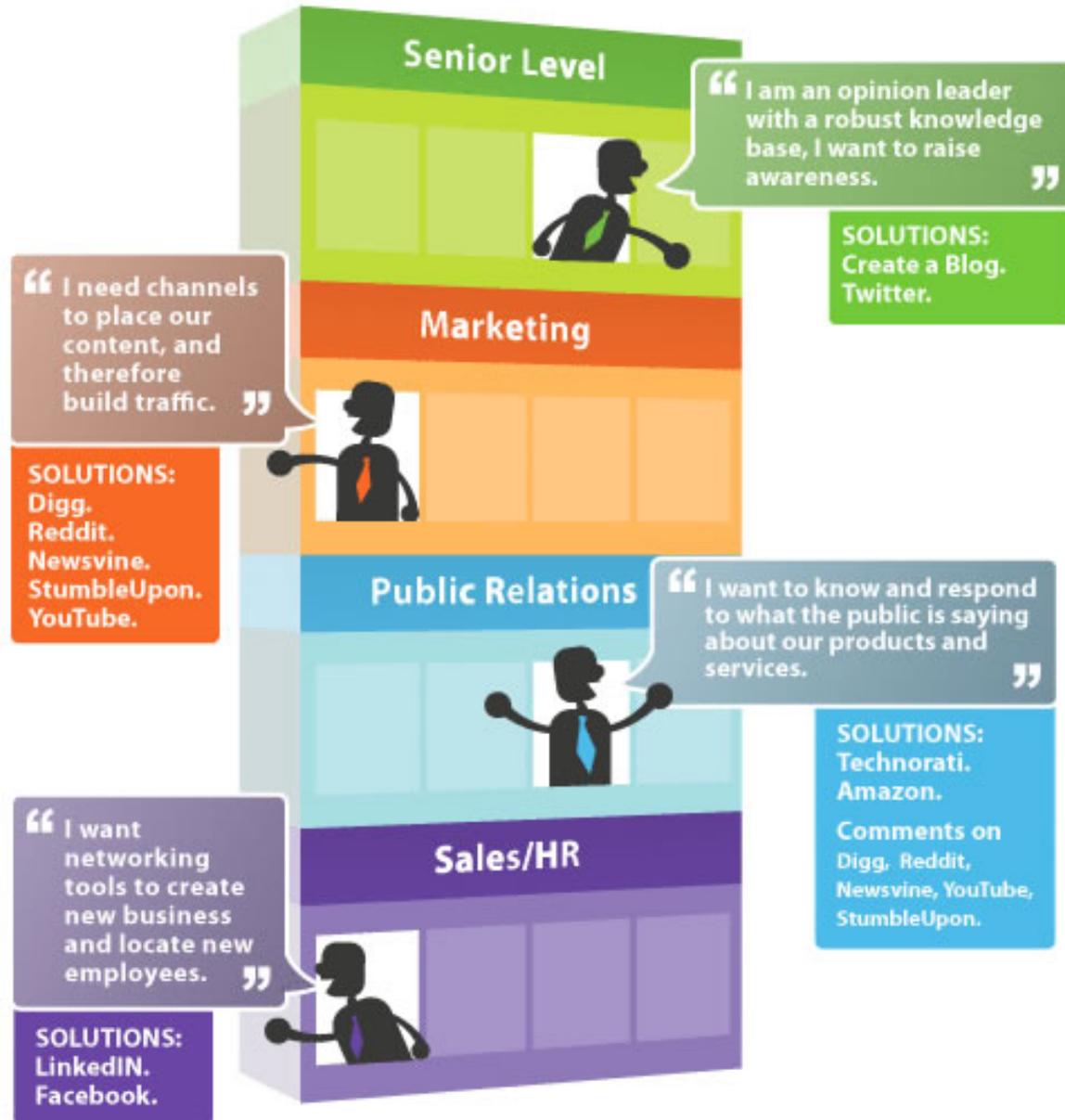
Outils



Publication de contenu

Veille concurrentielle

Cas d'étude



+ Caractéristiques



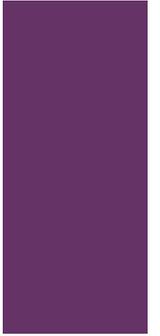
- Communication (Blogs, Partage Vidéos, Partage Photos)
- Connexion (SN, SMS, IM, Microblogging, Skype)
- Collaboration/Co-Création (Wikis, Open Source, Creative Commons, Mashups)
- Catégorisation (Tagging, Social Bookmarking, Folksonomy)
- Intelligence Collective (Votes, Réputation)
- Personnalisation (RSS, Widgets, Avatars)
- Conversation (Commentaires, Réponses, Memes)



Blogs



Qu'est ce qu'un Blog?



- Wikipédia: *"site web constitué par la réunion de billets écrits dans l'ordre chronologique, et classés la plupart du temps par ordre antéchronologique (les plus récents en premiers)"*
- Blog = Weblog
- Content Management System (CMS)
- Référencement - SEO (friendly URL)
- Audience (dialogue)
- Syndication RSS (Pull)



Podcasting



Qu'est-ce que le podcasting?



- Blog qui propose du contenu audio ou video
- Syndication RSS (Pull)
- Téléchargement automatique d'émissions audio ou vidéo pour un lecteur ou baladeur numérique en vue d'une écoute immédiate ou ultérieure (Miro, iPod)
- Exemples: Programmes de la TSR / Couleur 3



Les Guignols de l'Info





Les Guignols

AUTO DOWNLOAD NEW 

[SEND TO FRIEND](#)
[SETTINGS](#)

▶ 155 Items in this Channel

▼ 88 Downloaded

	LES GUIGNOLS DU 28/03/08 <i>— Delivered by Feed43 service</i>	08:47	47.5Mo	Details
		SHARE	UNWATCHED	KEEP DELETE
	LA SEMAINE DES GUIGNOLS <i>— Delivered by Feed43 service</i>	26:42	147.3Mo	Details
		SHARE	UNWATCHED	KEEP DELETE
	LES GUIGNOLS DU 21/03/08 <i>— Delivered by Feed43 service</i>	08:27	46.2Mo	Details
		SHARE	UNWATCHED	KEEP DELETE
	LES GUIGNOLS DU 24/03/08 <i>— Delivered by Feed43 service</i>	04:11	23.8Mo	Details
		SHARE	UNWATCHED	KEEP DELETE
	LES GUIGNOLS DU 25/03/08 <i>— Delivered by Feed43 service</i>	08:21	46.3Mo	Details
		SHARE	UNWATCHED	KEEP DELETE
	LES GUIGNOLS DU 26/03/08 <i>— Delivered by Feed43 service</i>	08:05	43.6Mo	Details
		SHARE	UNWATCHED	KEEP



Agrégateurs sociaux



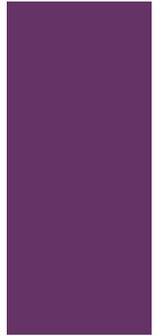
Qu'est-ce qu'un agrégateur social?



- Site qui intègre, regroupe, publie et partage un même type de contenu provenant de différents utilisateurs
- Manuel ou automatique



Agrégateurs de blogs



Technorati

Now in [Lifestyle](#).
The latest news, blogs, and advice on health, design, and travel.



Technorati™
Join Sign in Help

Search advanced

Front Page
Business
Entertainment
Lifestyle
Politics
Sports
Technology
Blogs
Photos
Videos
Blogger Central

Front page / what's percolating in blogs now Subscribe

Headlines Rising Posts and Stories

Rising blog posts by attention

Politics »
Clinton camp converging on New York Tuesday, and shedding staff
 Members of Hillary Clinton's advance staff received calls and emails this evening from headquarters summoning them to New York City Tuesday night, and telling them their roles on the campaign are ending, two Clinton staffers tell my colleague Amie...
 1 day ago in Ben Smith's Blog: Political News about Democrats and the 2008 Election - Politico.com ·
Authority: 3,956
 Attention [28]: War Room - Salon.com · Top of the Ticket : McCain, Obama, Clinton political news-election results via Ticket Twitter : Los Angeles Times · Comments from Left Field
 Related [2]: Clinton camp denies report of planned staff cuts · It's Up to You ...

Rising news stories by attention

Lifestyle »
Sen. Edward Kennedy brain surgery "successful": report
 SAN FRANCISCO (MarketWatch) -- Sen. Edward Kennedy is out of surgery at Duke University, and the procedure to treat his cancerous brain tumor was "successful," reported the Associated Press on Monday. Dr. Allan Friedman, who operated on Kennedy, said his...
 13 hours ago in http://marketwatch.com
 Related [4]: Monday Morning Open Thread · Kennedy brain surgery 'successful' · Kennedy brain surgery 'successful'

Phrase clouds are on the move!
 Real-time phrase clouds show what people are writing about; what's rising and what's falling right now. See it in action in the sidebar [here](#).


CHEVY



Gas-friendly to gas-free.

see how »

[See Sexy Singles](#)
 Real People Looking for Real People 100% Free. Meet Up Tonight.
[Fling.com](#)

[Gratis Blog erstellen](#)
 Bau deine coole Homepage auf bloomstreet.net. inkl. Blog & Chat!
[bloomstreet.net](#)

Sponsored Links

Tags from what's rising
 What bloggers are saying now
[apple](#) [barack obama](#) [celebrities](#) [democrats](#) [gadgets](#)



Agrégateurs de news

Romanding - Wikio - Digg



Romanding ^{beta}.ch rechercher... login s'inscrire à propos de Romanding
 le média citoyen suisse romand +

articles publiés

articles en attente

Romanding est une plate-forme collaborative de promotion de nouvelles de Suisse Romande dont vous êtes le reporter et l'éditeur. Vous proposez, décidez et votez quel article doit être promu et publié sur la page d'accueil... + [info](#).

proposer un article

activité live

- toutes
- business
- cinéma
- culture
- design
- divers
- emploi
- environnement
- événements
- formation
- gastronomie
- internet
- loisirs
- marketing
- médias
- mobile
- musique
- politique
- santé
- sciences
- société
- software
- sport
- technologie
- tourisme
- tv
- vidéo

7 votes

Radio numérique: couac de Cablecom?

 tsr.blogs.com/telecom/2008/05/radio-numrique.html
 envoyé par ecov il y a 5 heures 59 minutes, publié il y a 1 heure 27 minutes

voté!

Cablecom ne propose toujours à ses clients romands que **quatre chaînes de radio en français** en qualité numérique. En Suisse alémanique, pas moins de dix-sept nouvelles chaînes francophones viennent d'être rajoutées à l'offre alémanique. Explications sur les raisons de cette situation....

tags: [radio](#), [cablecom](#), [digitv](#), [décodeur](#), [téléseau](#)
 sans commentaire | catégorie: [tv](#) | négatifs: 0 | karma: 77

10 votes

Samuel Schmid va quitter l'UDC suisse si la section bernoise ne choisit pas de partir

 www.tsr.ch/tsr/index.html?siteSect=200002&sid=9164919&cKey=1...
 envoyé par ppalli il y a 9 heures 22 minutes, publié il y a 2 heures 14 minutes

votez

Samuel Schmid veut claquer la porte de l'UDC! Au lendemain de l'exclusion du parti grison, le conseiller fédéral a annoncé lundi **qu'il figurait dans une liste de 35 personnalités bernoises qui vont demander à leur section cantonale de quitter le parti national.**

tags: [samuel schmid](#), [udc](#), [udc bernoise](#)
 sans commentaire | catégorie: [politique](#) | négatifs: 0 | karma: 67

8 votes

Un accord sur le prix du lait doit mettre fin à la grève

 www.edicom.ch/fr/news/suisse/un-accord-sur-le-prix-du-lait-d...
 envoyé par lpalli il y a 7 heures 37 minutes, publié il y a 3 heures 12 minutes

voté!

Les négociations entre la Fédération des producteurs suisses de lait et les centrales laitières ont abouti à un accord prévoyant **une augmentation de 6 centimes par kilo** de lait. Big-M, qui était à l'origine de la grève, **met fin à son mouvement.** L'accord a été annoncé dans la nuit de lundi à mardi vers 02h30 "après d'intenses discussions". Les négociations avaient débuté lundi à 15h30. La FPSL précise dans son communiqué qu'il prévoit une augmentation de 6 centimes à partir du **1er juillet 2008.**

tags: [prix](#), [lait](#), [grève](#)
 sans commentaire | catégorie: [business](#) | négatifs: 0 | karma: 67

7 votes

Du bistrot à Internet : YouAreCoach.com fait parler le coach qui est en vous !

 www.profession-web.ch/articles/reseaux/104/du_bistrot_a_inte...
 envoyé par netteo il y a 15 heures 9 minutes, publié il y a 5 heures 25 minutes



Agrégateurs de vidéos

YouTube - DailyMotion - Vimeo

The screenshot shows the YouTube homepage with the following elements:

- Header:** YouTube logo with "Broadcast Yourself™" tagline. Navigation links: [Inscription](#), [Pense-bête \(0\)](#), [Aide](#), [Connexion](#), [Site: FR](#).
- Navigation:** Buttons for [Accueil](#), [Vidéos](#), [Chaînes](#), and [Communauté](#).
- Search:** A search bar with a dropdown menu set to "Vidéos", a "Rechercher" button, a link to [recherche avancée](#), and a yellow "Envoyer une vidéo" button.
- Vidéos visionnées en ce moment...:** A row of five video thumbnails with durations: 05:48, 00:46, 02:36, 06:48, and 01:17.
- Vidéos choisies:** A row of four video thumbnails with titles and channel names:
 - [Sex and the City Tr...](#) by [lamzumwalt](#)
 - [Max Final Cut: Haro...](#) by [Cinemax](#)
 - [Whimsical Fence and...](#) by [DIYNetwork](#)
 - [Betty #41: Mad Mini...](#) by [averaoebetty](#)
- La sélection:** A section with a sub-header [Autres vidéos de la sélection](#) and tabs for [La sélection](#), [Les plus regardées](#), [Les plus commentées](#), and [Les préférées](#). It features two video recommendations:
 - Choco Bn:** "C'est l'histoire du BN" by [pierreferry](#). 280198 views, 5 stars, 02:31 duration. [Autres vidéos dans Humour](#)
 - After Shave:** "Animation project. With Ludovic Gaudin (http://ludoooo.blogspot.com/) François Maumont (suite)" by [Sulhva](#). 19748 views, 5 stars, 02:21 duration. [Autres vidéos dans Films et animations](#)
- Connexion:** A sidebar box with fields for "Nom d'utilisateur" and "Mot de passe", a "Connexion" button, and links for [Inscription](#), [Aide](#), [Nom d'utilisateur oublié](#), and [Mot de passe oublié](#). A link to [Connectez-vous avec votre compte Google](#) is also present.
- Nouveautés:** A yellow sidebar box with three items:
 - Nouveau carnet d'adresses:** "Retrouvez plus facilement vos amis et contacts YouTube"
 - Boîte de réception mise à jour:** "Gérez facilement vos messages et vos invitations"
 - YouTube Mobile:** "Regardez et envoyez des vidéos YouTube sur votre téléphone portable."
- 23 Jours : L'Euro 2008 sur YouTube:** A text block announcing the match between Switzerland and the Czech Republic on June 7th, 2008, with a link to [Lire la suite dans notre Blog](#).



Agrégateurs de photos

Flickr - Photobucket



[Connexion](#)

Créez votre compte

En quelques secondes avec votre Compte Yahoo!

**Partagez vos photos.
Explorez le monde.**

ET DES
VIDÉOS

RECHERCHER

2 058 importations au cours de [la dernière minute](#) • 1 821 éléments comportant le tag [crépuscule](#) • 2,7 million d'éléments [géotaggés](#) ce mois-ci • [Visite guidée](#)



Partagez avec vos contacts



Importez & organisez



Plus de services



Explorez...



Agrégateurs de présentations

SlideShare - Bloobble - SlideBurner



Search

Home

My Slidespace

Upload

Community

Tags

Widgets

Latest | Most Viewed | Most Embedded | Featured | Most Favorited | Most Downloaded | Slidecasts
No signup needed! Bulk Upload

Spotlight: Paintings & Art



[Corey Allen New](#)
99 views



[Two Faces A...](#)
48 views



[La Pittura Di Silv...](#)
474 views



[Women](#)
1303 views

Spotlight: Doctors, Medicine & Web2.0



[Dr Patrick Treacy...](#)
241 views



[Twitter for health...](#)
920 views



[London Ultrashape...](#)
504 views



[How web 2.0 is cha...](#)
3127 views

Featured >>



[Managing your Excel Addiction](#)
from: [aquentweb](#) 5 days ago
1264 views, 0 favorites



[Our Wedding Day](#)
from: [renn](#) 1 day ago
155 views, 0 favorites

Events >> add your event

[MLA2008](#) (16 May, Chicago, Illinois, United States)

[NPCF e-health congres 'de zorgconsument aan zet'](#) (22 May, Congressentrum Orpheus, Apeldoorn, Netherlands)

[SugarCRM 2008 Portugal](#) (15 May, Lisboa, Portugal)

[Espiritismo, Comunicar](#) (23 May, Obidos, Portugal)

[WebVisions 2008](#) (22 May, Portland, OR, United States)

[Games for Health 2008](#) (07 May,

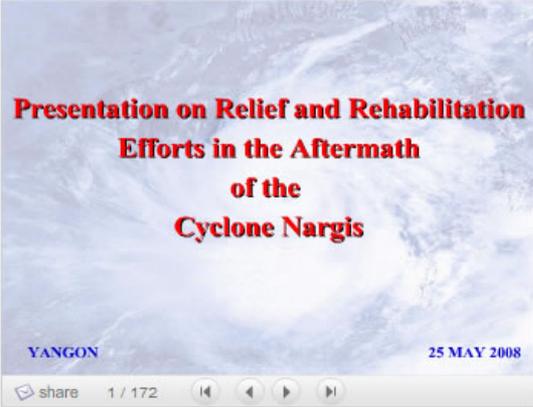
What is SlideShare?

SlideShare is the best way to share your presentations with the world. Let your ideas reach a broad audience. Share publicly or privately. Add audio to create a webinar. Take a [quick tour](#) or start [uploading](#) now!

What's new?

5 Steps to Slide Design for Non-Designers [more...](#)
Please Help Earthquake Victims In China [more...](#)

Slideshow of the Day view all



Presentation on Relief and Rehabilitation Efforts in the Aftermath of the Cyclone Nargis

YANGON 25 MAY 2008

share 1 / 172 ⏪ ⏩ ⏴ ⏵

[Nargis Disaster Myanmar Rotarian Mark Marshall & his team's on the spot pictures...](#)
from: [mebangkok](#) | 519 views

Search for any topic under the sun:

Search

or browse [HOT TAGS](#)





Agrégateurs de documents

Scribd - edocr

Scribd Home Browse Groups Community My Docs Upload Login Search

Searching over 12 billion words Search advanced search Over 17 million people a month view documents on Scribd

Publish Yourself Online

 **Join the Most Interesting Hard Drive Contest**
Win a  MacBook Air **Upload Your Documents to Scribd Now**

Upload Documents



We accept all major formats
FREE UNLIMITED Storage!

Share with the World

 Publish to a wide audience

 Get feedback from Scribd's community

 Embed your docs anywhere on the web

Explore Our Library

Research eBooks Zines
Art Maps Guides Manuals Recipes
Newsletters Presentations
Rants Reports Schoolwork
Sheet Music Screenplays
Stories Poetry Opinions Essays
Slideshows Fan Fiction Photos
Legal Docs Do-It-Yourself

[Sign Up Now](#)

Hottest Documents [See more...](#)



[preventionguide](#)

A Prevention Guide for Youth Leaders in FAITH Communities to guiding youth to wise decisions reventio n NATIONAL YOUTH ANTI-DRUG MEDIA CAMPAIGN OFFICE OF NATIONAL DRUG CONTROL POLICY & A Prevention Guide for Youth Leaders in FAITH Communities to guiding



Marqueurs sociaux



Qu'est-ce qu'un marqueur social?



- Social Bookmarking
- Agrégateur
- Sauver et partager en ligne ses pages web favorites
- Taxonomie par tags (étiquettes)
- Filtre indicateur de popularité d'une page web



del.icio.us - Mister Wong - ma.gnolia

del.icio.us

[your bookmarks](#) | [your network](#) | [subscriptions](#) | [links for you](#) | [post](#)

del.icio.us

logged in as **mfavez** | [settings](#) | [logout](#) | [help](#)

hotlist what's hot right now on del.icio.us

tags to watch more ...

HOT NOW

see also: [popular](#) | [recent](#)

 **40 Excellent Photoshop Tutorials for Textures and Backgrounds | Vandelay Website Design** [save this](#) **127** people
 first posted by [ani625](#) [photoshop](#) [tutorials](#) [textures](#) [webdesign](#) [tutorial](#) tags

 **: ConvertICO.com - Convert .PNG format files to .ICO or .ICO format files to .PNG : Windows Vista compatible** [save this](#) **635** people
 first posted by [ghs](#) [icons](#) [converter](#) [ico](#) [png](#) [icon](#) tags

 **The Guerrilla Gardening Homepage** [save this](#) **107** people
 first posted by [kwassa](#) [gardening](#) [community](#) [activism](#) [urban](#) [blog](#) tags

 **Ebooks gratuits** [save this](#) **153** people
 first posted by [pantex](#) [livres](#) [ebooks](#) [ebook](#) [gratuit](#) [free](#) tags

 **Adobe Acrobat.com - Work. Together. Anywhere.** [save this](#) **114** people
 first posted by [randyzhang](#) [adobe](#) [collaboration](#) [pdf](#) [acrobat](#) [web2.0](#) tags

 **Phantasmagoria » Home** [save this](#) **119** people
 first posted by [espadas](#) [software](#) [photos](#) [freeware](#) [graphics](#) [design](#) tags

 **Facebook Developers | Facebook Open Platform** [save this](#) **151** people
 first posted by [bobbyquine](#) [facebook](#) [opensource](#) [api](#) [development](#) [programing](#) tags

library

- [Delicious Monster Software](#)
- [Dynamic Drive CSS Library- Practical CSS codes and examples](#)
- [WOWIO: Free Books + Free Minds](#)

soccer

- [Nike Football by Guy Ritchie - Fubiz™](#)
- [YouTube - Nike: Take It To the NEXT LEVEL \(Full Length\)](#)
- [euro2008.uefa.com - Home Page](#)

blogs

- [\[BLT\] Blog for Library Technology](#)
- [2012: The Year The Internet Ends](#)
- [Lifehacker](#)

free

- [Object-Oriented Reengineering Patterns](#)
- [WPZOOM » 45+ Free Premium WordPress Themes with Magazine or Grid Layouts](#)
- [Text2Mindmap \(Text 2 Mind Map\) - An online text-to-mind map converter](#)

logos

- [Mario Amaya, Different Thinker](#)
- [Design Inspiration Gallery - FAVEUP](#)
- [LogoPond - Identity Inspiration](#)



Réseaux sociaux



Qu'est-ce qu'un réseau social?



- Profil
- Connexion avec des amis (Graphe social)
- Groupes
- Partage de contenu (audio, photo, vidéo...)
- Partage de mini-applications (widgets)
- Suivi d'activité



Facebook

Garnier prend soin de vous

facebook Profile edit Friends ▾ Inbox (30) ▾ home account privacy logout

Garnier Prends soin de toi. Browse more Products

Search

Applications edit

- Page Manager
- Marketplace
- Groups
- Events
- more

Prends soin de toi. GARNIER

Information

Company Overview: Bienvenue dans la communauté de Garnier prends soin de toi.

Ce groupe a pour vocation de rassembler tous ceux qui, comme Garnier, aspirent à prendre soin d'eux pour révéler leur beauté intérieure et se sentir mieux avec leur entourage, prendre soin de leurs proches et du monde qui les entoure.

Découvrez nos applications "l'astuce bien être du jour" et "l'idée verte du jour" pour recevoir des conseils quotidien sur votre profil. Laissez libre cours à votre créativité avec le "labo..." (read more)

Products: NEWS: Découvrez ci-dessous nos dernières applications:
- l'astuce bien être du jour et l'idée verte du jour (vous pouvez ajouter ces 2 applications à votre profil)
- le laboratoire d'idées (déposez vos idées et gagnez 1 an de produits Garnier!)

L'astuce bien-être du jour add

Chaque jour, découvrez notre conseil bien-être à partager avec vos amis par Garnier.

Ajouter à mon profil Share +

Régime belle plante !
Une heure avant le coucher, les tisanes ou les infusions à base de plantes naturelles favorisent la détente et le sommeil. La passiflore : pour calmer les personnes survoltées. Le tilleul, la camomille : pour leur effet tranquillisant. La mélisse, la valériane :

Become a Fan
View Updates
Share +

Fans
6 of 120 fans See All

- Yoann Bernardini
- Bozo Paris
- Benoit Jehan
- Eric Gaudet-Traffy
- Clotilde Parent
- Séverin Moussel

Choisissez votre langue add

- English
- Español

Les coups de coeur Garnier add

Pour vous faire partager nos coups de coeur.



MySpace

Artistes & Musiciens



Pop / Blues / Funk



"Amy Winehouse Official"

Royaume-Uni

Affichages : 13341333

Dernière connexion :
02.06.2008

Voir : [+ de photos](#) | [Videos](#)

[Contacte Amy Winehouse](#)

[SEND MESSAGE](#)

[FORWARD TO FRIEND](#)

Amy Winehouse

Total Plays: 19659345 Downloads Today: 0 Plays Today: 2963

	Love Is A Losing Game Plays: 1882907 Download Comment Lyrics Add
	Tears Dry On Their ... Plays: 2458745 Download Comment Lyrics Add
	Back To Black Plays: 5823424 Download Comment Lyrics Add
	In My Arms Plays: 3384456 Download Comment Lyrics Add

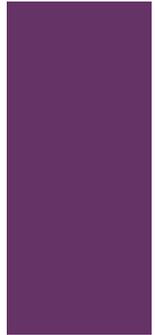
Back To Black
2007 Island Records

[open player in a new window](#)



LinkedIn

Relations professionnelles Ressources humaines



[Account & Settings](#) | [Help](#) | [Sign Out](#) | [Language](#) ▾

[People](#) ▾ | [Jobs](#) ▾ | [Answers](#) ▾ | [Companies](#) ▾

Advanced Search

- Home
- Groups
- Profile
- Contacts
- Inbox (4)

[Add Connections](#)



Mathieu Favez

IT Consultant

What are you working on?



Your profile is 80% complete [[Edit](#)]

People

[Advanced People Search](#) | [Name Search](#) | [Reference Search](#)

Search Results

Showing the first 500 users in your network matching your criteria.

[refine search results](#)

• Users in Marketing and Advertising • Sorted by: keyword relevance

[Your Network \(500\)](#) | [LinkedIn Network](#)

What do these icons mean?

Todd Herschberg FEATURED

Director of SEO - Like.com - TopLinked.com 10,000+ connections - LinkedIn LION - Open Networker - Invites Welcomed

Greater Los Angeles Area | Marketing and Advertising

Current: Director of SEO at Like.com ; Advisor... [see more](#)

Past: Wild Attire, Inc.; QuantiMark; TakeONE Marketing; Albert's Ambry;... [see more](#)

20 500+

Reza GHAEM-MAGHAMI FEATURED

Managing Director - Proximity BBDO Paris
Paris Area, France | Marketing and Advertising

Current: Managing Director at Proximity BBDO Paris ; ... [see more](#)

Past: Proximity BBDO Paris; Proximity BBDO; Wcube; Framfab; Net-Concept ... [see more](#)

Groups:

15 500+

Richard East

Co-Founder and CEO
Valais, Switzerland | Marketing and Advertising

1 61



Microblogging



Qu'est-ce que le microblogging?



- Réponse à la question "What are you doing?"
- Publication et notification instantanée par message court (max. 140 caractères)
- Indicateur de présence et d'activité (status)
- Système de messagerie instantanée (IM, SMS)
- Following / Followers
- Suivre et informer sa communauté



Microblogging textuel

Twitter - Pownce - Jaiku



Home **Find & Follow** Settings Help Sign out

What are you doing?

140

Recent Replis Archive Everyone

Check out [Twitter Status](#) for ongoing updates about the service.



presse citron Des bagels dans le tégévé - On n'arrête pas le progrès ! - <http://natuba.com/p/CyUsFt> 17 minutes ago from Natuba



E Bugnon La toute nouvelle newsletter de b-spirit aborde la Banque 2.0. Le premier numéro est gratuit <http://www.b-spirit.com/> 30 minutes ago from TwitterMail



FQ just called my optometrist. still not got used to my new glasses mm 38 minutes ago from web



oliviertripet NOUVEAU! Découvrez b-magazine, la newsletter de b-spirit: <http://b-spirit.com/accueil...> 42 minutes ago from twirl



jmleray Cleptonaute remet ça ! <http://tinyurl.com/54uleq> environ 1 heure ago from web



mirkohumbert In case you'd like to hear me plurking (sounds strange) <http://www.plurk.com/user/m...> environ 1 heure ago from web

Hi, [your profile](#)



mfavez

Currently

Je cite: "Google Analytics experienced a data processing error from April 30th to May 5th...a small percentage of data...was not recover ..."

We're working to restore IM services to all users. Thanks for your patience!

Device Updates [add device](#)

im
 web-only

Stats

Following_me	58
Followers_me	45
Favorites	0
Direct Messages	3
Updates	342

People [invite more](#)





Microblogging vidéo

Seesmic



seesmic Alpha release

Join the video conversation

Thread [Back to timelines](#)

ANYONE GOING TO A PANGEA DAY EVENT? (01:20)

Re: @sizemore @deek ANYONE GOING TO A PANGEA DAY EVENT? glselle (en) 3 week ago

Re: ANYONE GOING TO A PANGEA DAY EVENT? hache (en) 3 week ago

Re: @sizemore ANYONE GOING TO A PANGEA DAY EVENT? deek (en) 3 week ago

Re: @sizemore ANYONE GOING TO A PANGEA DAY EVENT? sizemore (en) 3 week ago

Re: @sizemore ANYONE GOING TO A PANGEA DAY EVENT? glselle (en) 3 week ago

Re: ANYONE GOING TO A PANGEA DAY EVENT? pattyhartwell (en) 3 week ago

Re: ANYONE GOING TO A PANGEA DAY EVENT? sizemore (en) 3 week ago

Re: ANYONE GOING TO A PANGEA DAY EVENT? obstructionist (en) 3 week ago

Page 1

ollivri triplet [My Profile](#)

topic's Profile

Giselle & team talking and talking

We propose topics...

Location: World

[Send video](#) [Follow](#)

[View Profile](#)

Topics Shows

The Great Village #3: thegreatvillage 2week

11 replies ANYONE GOING TO A PANGEA DAY EVENT? topic 3week

11 replies Seesmic du Jour 158: Ask seesmicdujour 13h

The Great Village #2: Why thegreatvillage 1month

12 replies

Active Conversations

Tell you story in six words 139

Plurk... plurking... plurked 46

Do you get this joke? 30

Festival 24

Link: <http://seesmic.com> Embed: `<object width="425"`

Blog Developers Terms of Service Community guidelines Ask a Question Feature Request Report a bug Contact us



Bénéfices



- Rappelle que vous existez
- Montre que vous avez quelque chose à dire
- Transmet votre côté humain (informel)
- Permet de mentionner immédiatement des nouvelles offres, des événements, des news sur vos produits...
- Permet de nouer de nouvelles relations
- Obtenir de l'aide, du feedback de la part de votre communauté





Règles



- Ne pas utiliser le microblogging comme pur outil de vente, votre communauté vous sanctionnera
- Il s'agit de créer des conversations et partager des informations
- Utilisation: ni excessive, ni trop peu, le juste milieu (quelques messages durant la journée)
- Votre profil contient vos derniers messages => soigner la qualité afin d'acquérir de nouveaux "followers" potentiels
- Générez de la confiance



Lifestreaming



Qu'est-ce que le lifestreaming?



- Tumblelog (journal de bord pêle-mêle)
- Super-agrégateur
- Flux automatique de notre activité sur la toile et des services qu'on utilise



FriendFeed - Tumblr - Soup.io

Account | Sign out

friends rooms me everyone michael arrington friend settings

**michael arrington**
[Subscribe to michael arrington](#)

 posted a message on [Twitter](#)
"oDesk Raises \$15M More For Outsourcing Development <http://V44n8m7>"
1 hour ago - [Comment](#) - [Like](#) - [More](#)

 posted two entries on [TechCrunch](#)
[oDesk Raises \\$15M More For Outsourcing Development](#)
2 hours ago - [Comment](#) - [Like](#) - [More](#)
[EA Acquires Shawn Fanning's Rupture, Says The LA Times A Month After We Did](#)
2 hours ago - [Comment](#) - [Like](#) - [More](#)

 posted an entry on [TechCrunch](#)
[Thud: Pandora Hits the Desktop With AIR](#)
2 hours ago - [Comment](#) - [Like](#) - [More](#)
 Jack liked this
When busy, and music around, do you still love to use Pandora? - [Jack](#)
I tried this earlier tonight.. used more than 50% cpu on my Air. =/ - [Paul Stamatiou](#)

 posted three messages on [Twitter](#)
"EA Acquires Shawn Fanning's Rupture, Says The LA Times A Month After We Did <http://tinyurl.com/4cskem>"
2 hours ago - [Comment](#) - [Like](#) - [More](#)
"Thud: Pandora Hits the Desktop With AIR <http://tinyurl.com/5me92g>"
2 hours ago - [Comment](#) - [Like](#) - [More](#)
"Grouply Claims to Blow Past Ning; Now What? <http://tinyurl.com/5szujx>"
3 hours ago - [Comment](#) - [Like](#) - [More](#)

 posted an entry on [TechCrunch](#)

Services


Discussion
 [Comments](#)
1 this week, 3 all time
 [Likes](#)
none this week, 1 all time
[See both](#)

Subscriptions
 [Bret Taylor](#)
 [Charles Nouyrit](#)
 [Chris Messina](#)
 [Dave Winer](#)
 [Fred Wilson](#)
 [Jason Calacanis](#)
 [Leo Laporte](#)
 [Loic Le Meur](#)
 [Paul Buchheit](#)
 [Raphael Briner](#)
 [Robert Scoble](#)



Widgets & Mashups



Qu'est-ce qu'un widget?



- Widget = Window + Gadget ou Web + Gadget
- Mini-application offrant une fonctionnalité dynamique spécifique (sur la base d'informations récupérées en ligne)
- Bout de code prêt à l'emploi (copier/coller)
- Intégration dans page web ou dans bureau (widgets web - widgets de bureau)
- Exemple: Météo, Horloge, Calendrier, Calculatrice, Cours de bourse, Notes, Jeux, Traducteur, News...



Widget Web - Page Web

Blog de e-marketing garden

<< [article précédent](#) | [Accueil](#) | [article suivant](#) >>

Les widgets et leurs applications marketing

mercredi 31 octobre 2007 à 15:22
[un commentaire](#)

Raphaël Pyrame
Brand strategy

Les widgets sont devenus des incontournables des usages courants du web. De la simple vidéo Youtube, au dernier widget applicatif dernier cri, la majorité des internautes sont touchés de près ou de loin par ce phénomène de fond du web.



email embed 1 / 11

[slideshare](#) | [View](#) | [Upload your own](#)

Qu'est-ce qu'un widget ?
C'est la contraction des termes Windows + Gadget ou Web + Gadget selon les écoles.

Rechercher

S'abonner

-  fil rss
-  fil rss commentaires
-  fil atom
-  fil atom commentaires

Catégories

- ♦ Advertising
- ♦ e-commerce
- ♦ e-mail marketing
- ♦ e-Media Mix
- ♦ Brand strategy
- ♦ Buzz marketing
- ♦ Mobile Marketing
- ♦ Persuasive design
- ♦ Search Marketing
- ♦ Social Marketing
- ♦ Stratégie de Communication
- ♦ Web analytics
- ♦ Etudes et Usages
- ♦ Autres
- ♦ On parle de nous
- ♦ Offre d'emploi

Mots clés

adwords agences agent



Widget Web - Start Page

Netvibes

The screenshot shows a Netvibes dashboard with a navigation bar at the top containing links for Home (91), LifeStream (20), Bio (18), Contact, and Widgets (+). The dashboard is organized into several widget panels:

- Calendrier:** A calendar widget showing a monthly agenda for June 2008. It includes tabs for 'Agenda', 'Semaine', and 'Mois'. The agenda lists events such as Flag Day (2008/06/14), Father's Day (2008/06/15), Independence Day (2008/07/04), Labor Day (2008/09/01), Columbus Day (2008/10/13), Halloween (2008/10/31), Daylight Savings Time Ends (2008/11/02), and Election Day (2008/11/04).
- OS Last.fm - mfavez:** A music widget displaying 'My Tracks' for user 'mfavez'. It shows a total of 6819 tracks played and lists recent tracks: 'Dos de corazones' by Ariel Rot (24 minutes ago), 'Todavía una canción de amor' by calamaro y sabina (40 minutes ago), 'Quiero besarte' by Ariel Rot (1 hour ago), and 'Ducel Condena (Acustico)' by Ariel Rot (1 hour ago). It also indicates it is refreshing in 6.41 seconds.
- Publications de mfavez:** A social media widget showing a photo of a mosque with a large dome and minarets, set in a park-like environment.
- Mini-Clock:** A clock widget with a blue and white theme, showing the date 'WED JUN 04'. It includes a 'CHANGE SKIN' button and a 'NEW - Calendar' notification.
- Bern, Switzerland:** A weather widget for Bern, Switzerland, showing a 4-day forecast: Mercredi (12°/14°), Jeudi (13°/15°), Vendredi (12°/15°), and Samedi (12°/18°). It also includes a 'Prévisions météo sur 10 jours' link and is powered by The Weather Channel.
- Webnote:** A yellow sticky note widget with a title bar containing 'Webnote', a mail icon, an edit icon, and a close icon. The note contains the text 'Espace pour prendre quelques notes...'.



Widget de Bureau

Windows Vista - Mac Apple





Bénéfices



- Portable, duplicable, multi-plateforme => Diffusion virale
- Démultiplication de contenu (message) grâce à sa portabilité
- Son utilisation dans un environnement privilégié (startpage ou bureau) favorise la relation de proximité avec le consommateur
- Nouveau canal de diffusion de contenu applicatif, informationnel et publicitaire
- L'utilisateur l'emporte avec lui (blog, téléphone mobile)



Types de Widgets



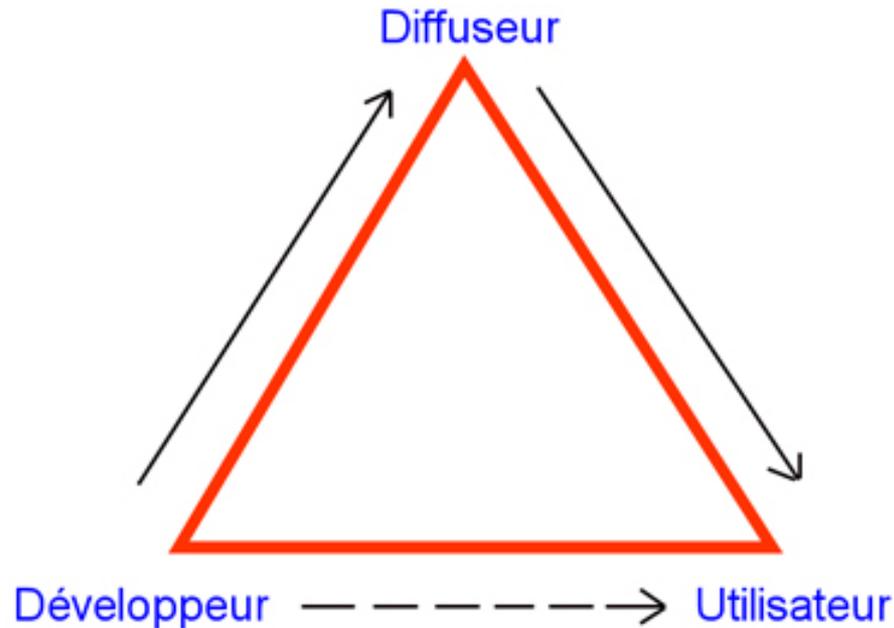
- **Widget promotionnel**
payé par l'annonceur et distribué dans le cadre d'une opération événementielle (concours - jeux - animation)
- **Widget financé par la publicité**
 - Fourni un contenu ou service à une audience. Rentabilise sa relation avec ses utilisateurs en les exposant à de la publicité
- **Widget E-commerce**
Donne accès à un catalogue de produits pour achat en ligne. Traçabilité et personnalisation plus aboutie



Economie des widgets

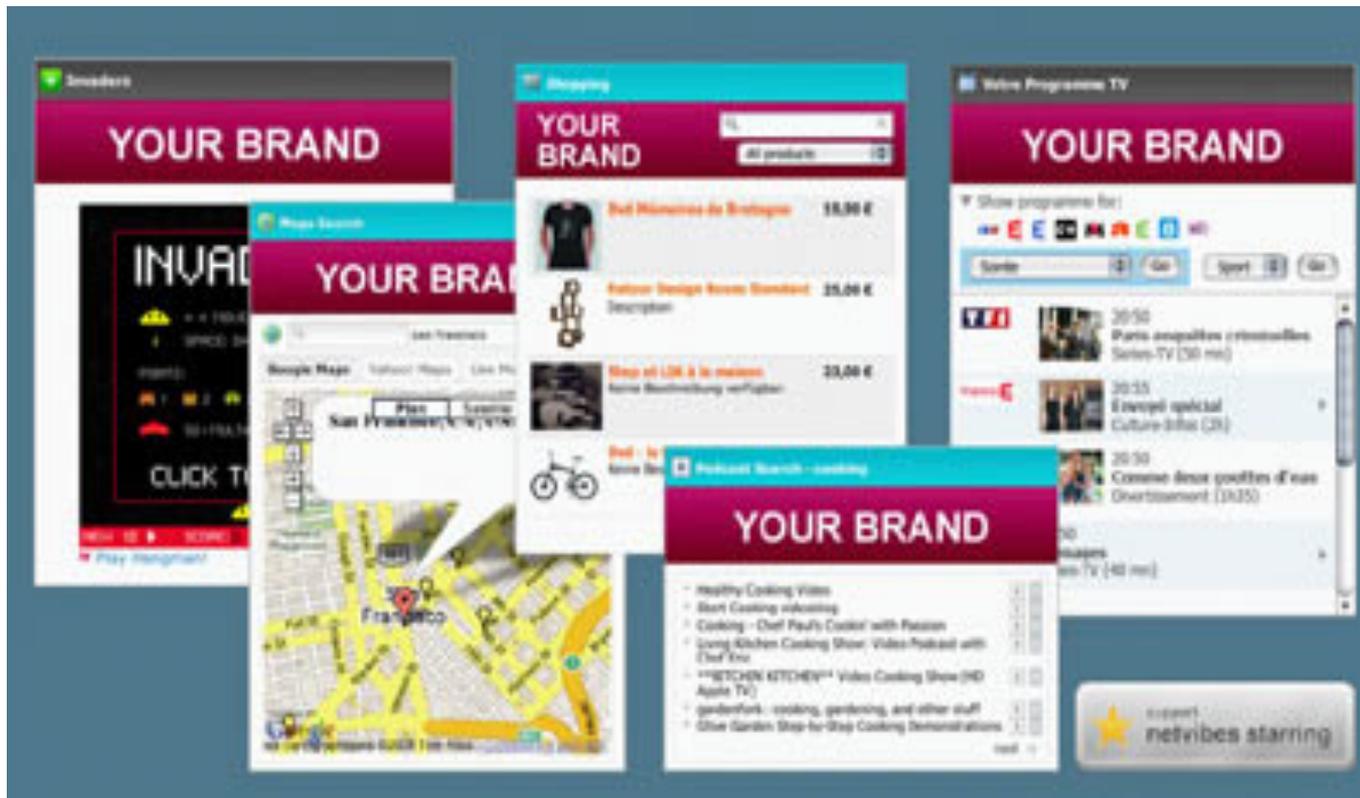


Exemple de diffuseur: Netvibes (+ 100'000 widgets)
Sponsorisé par publicité: CPI (Coût Par Installation)





Widget Branding





Qu'est-ce qu'un Mashup?

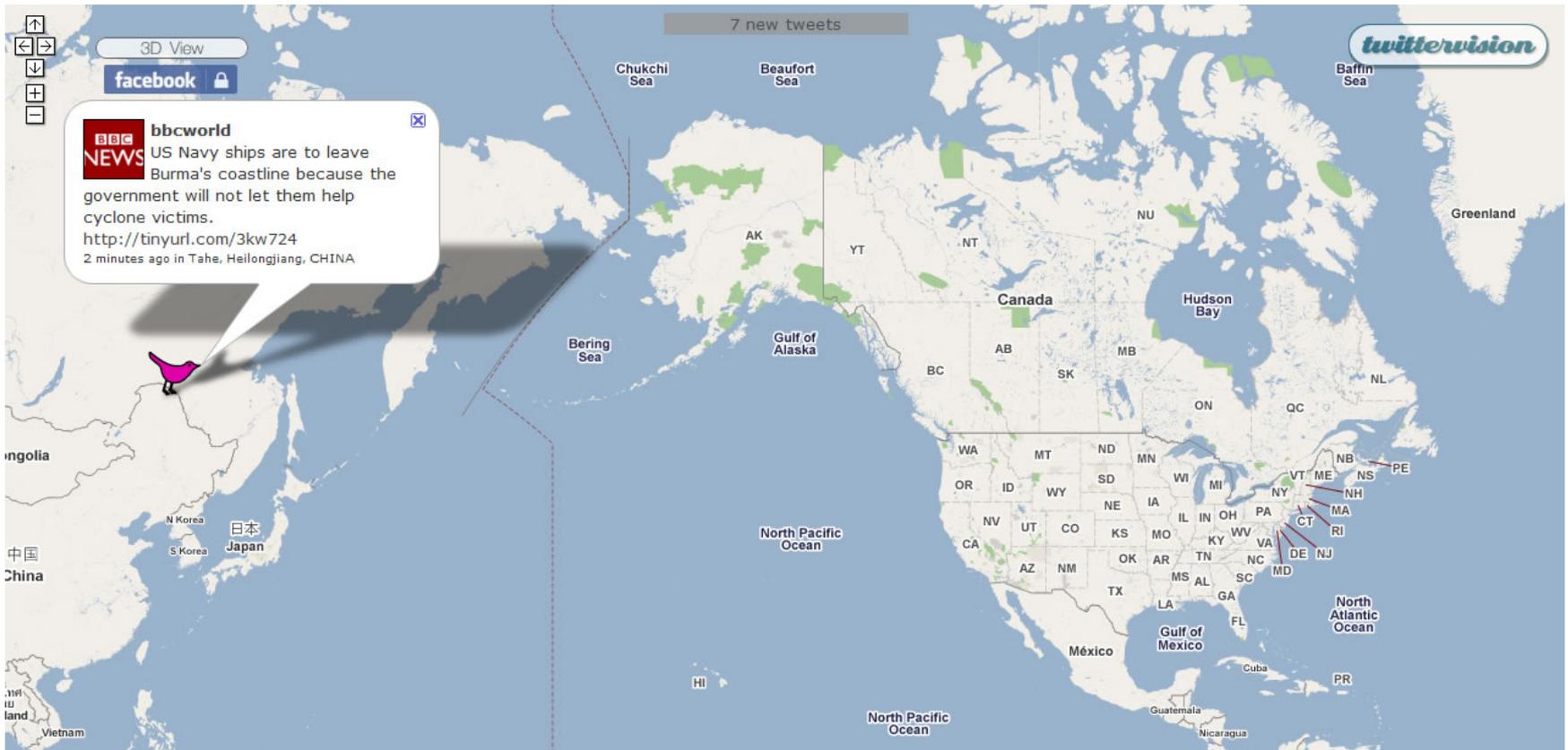
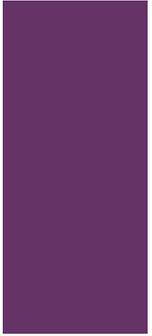


- Agrégation de fonctionnalités provenant d'autres sites, afin de créer un site nouveau ou une nouvelle page web
- Widgets
- API



Twittervision

Google Maps API + Twitter API





Métavers



Qu'est-ce qu'un Métavers?



- Métavers = Méta-Univers = Univers virtuel 3D en ligne
- Avatars
- Immersion de l'utilisateur
- Ne sont pas des jeux en ligne (MMORPG) - Pas de but prédéfini - Liberté de se fixer ses objectifs
- Espaces d'échange, de création et de relations sociales (UGC)
- Exemple: Second Life



Second Life

Toyota - L'Oréal - Saint Gobain





Caractéristiques



- Beaucoup d'objets en petite quantité sans coûts de stockage, ni de distribution => Environnement de Longue Traîne
- Monnaie virtuelle => Espace marchand
- Environnement hautement interactif
- Se prête à l'organisation d'événements
- v-marketing / v-learning
- Intranets 3D (IBM, SUN...) - Conférences virtuelles



Faut-il lancer une campagne dans un Métavers?



Posez-vous les bonnes questions avant d'entamer une campagne dans un monde virtuel:

- Quelle est la stratégie d'entrée (positionnement, expérimentation, concurrence...)
- Qui en est responsable...

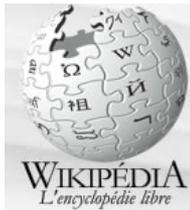


Autres outils



Wikipédia

Auto-promotion interdite !



[article](#) [discussion](#) [modifier](#) [historique](#)

[Créer un compte](#) ou [se connecter](#)

[Vos dons](#) permettent à Wikipédia de continuer à exister !

Nestlé



Cet article a besoin d'être illustré.

Pour améliorer cet article, des médias (images, vidéos, sons) libres de droit sont les bienvenus. Consultez [aide](#) pour la marche à suivre.

Nestlé S.A. est une **multinationale**, la plus grande société **agroalimentaire** au monde, produisant un large éventail de produits alimentaires et de boissons, aussi bien pour les humains que pour les animaux de compagnie. Elle a été fondée en 1866 par le chimiste suisse **Henri Nestlé** qui a inventé au départ le lait en poudre destiné à nourrir les nouveau-nés que les mères ne peuvent allaiter. Le chocolat, les confiseries, les eaux, les boissons instantanées, les produits laitiers frais sont venus compléter les activités de Nestlé au fur et à mesure de sa croissance, en Suisse comme à l'étranger. L'entreprise se veut comme un des principaux innovateurs en la matière en Europe (avec notamment le café soluble Nescafé, les plats lyophilisés Bolino, les surgelés...). Son **siège social** est situé à **Vevey** et à **Cham** en **Suisse**. Son **chiffre d'affaires** de 2005 la porte au 53^e rang mondial des **plus grandes entreprises**¹. Nestlé est cotée au **SWX Swiss Exchange**.

Nestlé a pour **logo** depuis son origine un nid (*nest* en allemand/anglais) occupé par trois, puis deux (pour rester représentatif de la famille moyenne) petits oiseaux nourris par un adulte. L'origine du logo vient du patronyme « **Nestle** », en anglais *to nestle* signifie **nicher**.

Sommaire [\[masquer\]](#)

1 Histoire

- 1.1 Les débuts
- 1.2 Première fusion et entrée dans l'industrie du chocolat
- 1.3 Nestlé durant la première guerre mondiale
- 1.4 De la crise commerciale à la deuxième fusion
- 1.5 Création de Nescafé
- 1.6 Fusion avec Maggi

2 Nestlé de nos jours

- 2.1 En France
 - 2.1.1 Marques du groupe en France
- 2.2 En Suisse

3 Controverses

- 3.1 Concernant la publicité du lait en poudre
- 3.2 Concernant les dettes du gouvernement éthiopien



Logo de Nestlé

Repères historiques

Création : 1866 à Vevey

Dates clés : 1905, première fusion

Fondateur(s) : Henri Nestlé

Fiche d'identité

Forme juridique : société anonyme(depuis 1875)

Action : SWX : NESN

Slogan(s) : « Ensemble, mieux manger, mieux vivre »

Siège social : Vevey et Cham

Direction : **Hervé Cathelin** (CEO)

Actionnaires : Liliane Bettencourt (3%)

Activité(s) : Agroalimentaire

Produit(s) : chocolat, café, eau minérale

Filiale(s) : 487 usines dans 84 pays (2005)

Effectif : ▲ 265'000 (en 2006)

Site corporatif : www.nestle.com

- Navigation
- [Accueil](#)
 - [Portails thématiques](#)
 - [Index alphabétique](#)
 - [Un article au hasard](#)
 - [Contacter Wikipédia](#)

- Contribuer
- [Aide](#)
 - [Communauté](#)
 - [Modifications récentes](#)
 - [Accueil des nouveaux arrivants](#)
 - [Faire un don](#)

Rechercher

- Boîte à outils
- [Pages liées](#)
 - [Suivi des liens](#)
 - [Importer un fichier](#)
 - [Pages spéciales](#)
 - [Version imprimable](#)
 - [Adresse de cette version](#)
 - [Citer cette page](#)

[Autres langues](#)



Wikipédia Problématique



- ses pages sont les premières des résultats organiques
- deuxième destination externe vers laquelle Google envoie son trafic (après MySpace)
- apparaît avant les pages officielles d'une entreprise
- Wikipedia cannibalise l'image des entreprises du CAC 40 et de leurs dirigeants selon une étude de ZDNet
- dissémination de contenu et d'information sur une société avant même que celle-ci n'ait eu droit à la parole



Wikipédia Solution



- Gérer soi-même son identité virtuelle
- écrire soi-même et en son nom sur Internet de manière transparente (i.e. Sun et son CEO Jonathan Schwartz)
- Renforcer les liens inter-articles entre les blogs des internautes, ceux des employés, celui de votre entreprise...
- Les entreprises doivent devenir des éditeurs de presse virtuelle en impliquant les employés comme journalistes, interlocuteurs et ambassadeurs en ligne



Support Clientèle

<http://getsatisfaction.com>

Home Companies Products You Sign in Or Sign up to get Satisfaction

GET SATISFACTION ? Answer 💡 Share ⚠️ Solve 🗨️ Talk

People-Powered Customer Service for Absolutely Everything!

GET SATISFACTION.
Help with the products and companies you care about.

Find a:

Want to Get Satisfaction?
[Sign up](#) or [Sign in](#)

People are getting help in Get Satisfaction right now



Brightkite

585 Topics powered by 1296 people with help from 4 employees

⚠️ Latest problem: [post a photo via email isn't working](#)

John Rees joined Jim Halligan and 4 other people reporting this problem



The Writ

5 Topics powered by 10 people with help from 1 employee

⚠️ Latest problem: [SPAM ALERT!](#)

dabetswe reported this problem



RescueTime

585 Topics powered by 1296 people with help from 4 employees

Just added to Get Satisfaction

Overheard: Everything people are saying on Twitter about the products and companies you care about.

Help Center: Attention companies — Now you can put Get Satisfaction on your site (and customize it!).

What is Get Satisfaction?

Get Satisfaction is a place where people can get the most from the products they use, and where companies are encouraged to get real with their customers.

Questions Answered

Ask a question, report a problem, share an idea, or join in conversations already in progress. The most useful replies rise to the top. We'll notify you via email when people respond.



Feedback - Suggestions

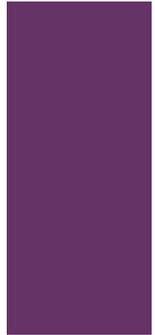
<http://www.feedback20.com>

The screenshot shows the homepage of feedback20.com. At the top, there is a navigation menu with links for Site Home, Blog Home, Contact, References, and About. A newsletter registration form is also present. The main content area features a green banner with the text "Engage with your community on Internet" and a list of four bullet points: "Engage a selected audience in a themed conversation", "Collect their opinions, expectations and suggestions", "Discover the consensus", and "Communicate your choices". Below this, there are two orange buttons labeled "feedback20 CFM" and "feedback20 Project". The page is divided into several sections: "Categories" with a list of items like "New analytics Features", "Interface suggestion", "New administration features", "Website", and "Documentation"; "Status" showing "Answered Implemented"; a central grid of "Vote" and "Call" buttons with numerical values; "Customers" featuring the "SPITgames" logo; "News" with a list of current operations including "Groupama", "Exalead", "Mairie de Paris", "Jobmeeters", and "Ethique & Recrutement"; and "Agenda" with a list of events.



Conversations

<http://www.uservoice.com>



userVoice what do users really want?

+ Create a UserVoice page
For your company, product, project, blog, etc.
Completely **FREE** during our public beta

example page
I suggest you ...
- enter your idea (new feature, fix bug, etc) -
3 votes left
See the Live Demo ▶
Watch Video Tour ▶
View Screenshots ▶

Harness the Wisdom of your crowd

- » Listen to your users
they want to make your service more useful — get consensus on what that means!
- » Respond to your users
from one place, with less overhead and support tracking
- » Your users will feel empowered
they will feel more invested and become more fanatical about your service.

Our Motivation
On other projects we were left frustrated and overwhelmed when trying to grasp what our users really wanted. Unorganized inboxes and clogged ticket systems ruled the day. Forums were awash with duplication, user support was impossible to determine, and valuable ideas were lost in the shuffle.
UserVoice adds structure to feedback and reduces the overhead of an honest dialog with our users — It creates a market around good ideas so we get more quality than quantity.
- Rich, Lance & Marcus Team UserVoice

How it works

I suggest you ...
- enter your idea (new feature, fix bug, etc) -
top ideas new

129 votes 3 Make it possible to
Sometimes when I'm in the this phone call I would like one without having to ente
8 comments | by nrgiser

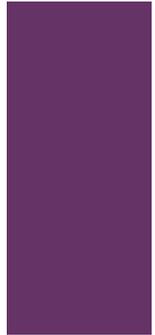
official response
We now have a regular digesive limited on as well as new sugges suggestions but we he that soon.
- rwhite

bad host references completed
ets/popin.js .. which in turn seems to refe ascripts/dialog.js .. which doesn't work .. I ning
ays ago | closed 10 days ago

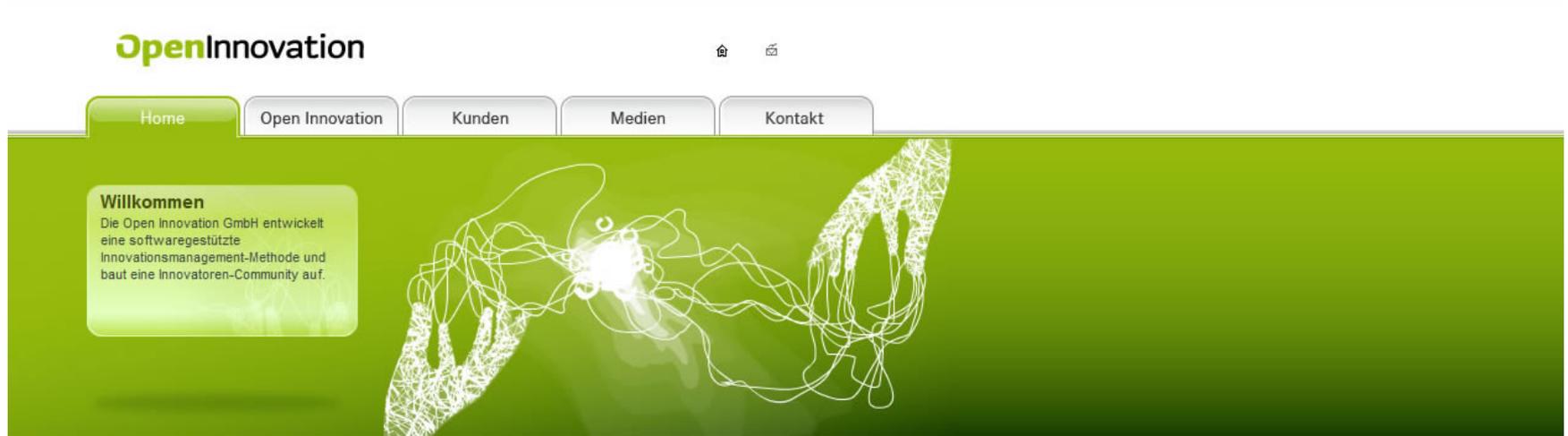
feedback



Innovation



<http://openinnovation.ch>



Ab sofort können Sie sich für unseren Pilotbetrieb anmelden.



Malheureusement notre site web n'est pas encore disponible en français. Nous allons la traduire le plus vite possible, mais nos ressources sont limitées. Envoyez nous votre e-mail à info@openinnovation.ch et nous allons vous informer dès que le site sera disponible en français.

NEWS

10. APRIL, 2008

Alle Unternehmen im **Pilotbetrieb** schütten ihre Prämie vollumfänglich aus. [Mehr](#)

28. MÄRZ, 2008

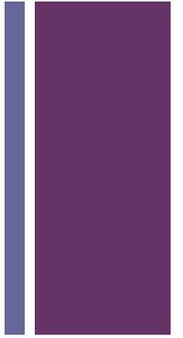
Die Open Innovation GmbH erhält die **Coaching Acceptance des KTI**. [Mehr](#)

25. MÄRZ, 2008

Der **Pilotbetrieb** wurde erfolgreich abgeschlossen. Die Unternehmen bewerten nun die Ideen.



- Publication de contenu
- **Veille concurrentielle**
- Cas d'étude



Veille concurrentielle



RSS



- Flux RSS (RSS Feed)
- RSS = Really Simple Syndication
- Permet d'obtenir les mises à jour d'information dont la nature change fréquemment
- Pour les recevoir, l'utilisateur doit s'abonner au flux
- Stratégie Pull
- Métrique: FeedBurner





Agrégateur de flux



- Lecteur de flux
- Desktop: FeedReader
- En ligne: Google Reader, Netvibes, Bloglines...
- Indications et statistiques des billets lus et non lus
- Partage





Google Reader



Google Reader

Home

All items (2)

Starred items ☆

Trends

Your stuff

Shared items

Notes

Friends' shared items

Olivier Tripet

David Solanes

[Manage friends »](#)

[Add subscription](#)

[Discover »](#)

Show: [updated](#) - all

[Refresh](#)

[Mashable! France](#)

[Media & Tech \(1\)](#)

[mfavez.com](#)

[Microsiervos](#)

[Médias sociaux](#)

[Numerama.com - Magazine](#)

[Own Your Identity](#)

[Point GPhone](#)

[Presse-citron - Le bl...](#)

[TechCrunch en français](#)

[W3F - Web Sémantique...](#)

[Manage subscriptions »](#)

All items

[Search](#)

Media & Tech

Feed settings...

[Expanded view](#)

[List view](#)

Show: [1 new item](#) - all items

[Mark all as read](#)

[Refresh](#)

[show details](#)

- ☆ [les outils du projet NACA de Publicitas en Open Source](#) - Beaucoup attendaient cette info suite à mes divers articles autour de notre projet 2:28 PM [»](#)
- ☆ [Google teste le "Speech-to-Text" pour améliorer pertinence et monétisation des recherches vidéos](#) - Google teste sa technologie de conversion Jul 17, 2008 [»](#)
- ☆ [Vidéo sur Internet: la loi de Pareto y sévit aussi!](#) - La vidéo sur Internet semble être plus qu'un étalon pour la loi de Pareto. En effet, Jul 15, 2008 [»](#)
- ☆ [Google Lively dans Maps, à quand Google Earth?](#) - Pour tous les détails sur Lively, le monde virtuel à la Second Life de Google, voir les Jul 11, 2008 [»](#)
- ☆ [Google déçu par le 1% de Youtube \(CA 2008 = 200 millions \\$\)](#) - Le Wall Street Journal livre un article intéressant sur les performances de Jul 9, 2008 [»](#)
- ☆ [Nokia Symbian et Google Android: l'arroseur arrosé via le N810?](#) - Guillaume de Numerama nous annonce que le premier système (correction: Jul 8, 2008 [»](#)
- ☆ [Google Street View en France: faces cachées? pas toutes!](#) - On avait reperé les véhicules-caméras de Google en France depuis plusieurs mois. Jul 7, 2008 [»](#)
- ☆ [Selon Google, 1'000 milliards d'images sur le web](#) - Le service "Google Images" de recherche dans les images découvertes sur le web est Jul 7, 2008 [»](#)
- ☆ [NACA \[5\]: Présentation aux Rencontres Mondiales du Logiciel Libre \(Mont-De-Marsan\)](#) - Comme promis aux participants à la conférence et Jul 2, 2008 [»](#)
- ☆ [Youtube: très visité mais pas payé!](#) - ReadWriteWeb confirme une tendance déjà plus que claire depuis des mois: Youtube est en train de Jun 27, 2008 [»](#)
- ☆ [trafic internet: 500 millions de DVD par mois en P2P en 2008 - 50% pour la vidéo en 2012!](#) - Cisco a publié semaine dernière une étude Jun 25, 2008 [»](#)
- ☆ [Nokia: la barricade Symbian pour emmêler / empêcher Google Android](#) - On peut bien sûr voir dans la création aujourd'hui par Nokia d'une Jun 24, 2008 [»](#)
- ☆ [Google Android: les raisons cachées du retard?](#) - Google laisse aujourd'hui entrevoir un retard de 3 à 6 mois sur le lancement officiels des Jun 23, 2008 [»](#)
- ☆ [Dépenses publicitaires en France 1996 - 2010](#) - Le blog de l'Association Mondiale des Journaux (WAN / AMJ) publie un graphique historique Jun 23, 2008 [»](#)
- ☆ [Publicité internet: premier déclin séquentiel en 3 ans. Récesssion?](#) - L'Internet Advertising Bureau vient de publier les chiffres du marché Jun 19, 2008 [»](#)
- ☆ [Firefox 3: la lame de fond des téléchargements!](#) - La fondation Firefox a gagné son pari: instituer un record du monde (inscrit au Guinness Book Jun 19, 2008 [»](#)
- ☆ [Google-Yahoo: good for all? not really...](#) - L'accord annoncé aujourd'hui entre Google et Yahoo est abondamment détaillé par Pierre: en Jun 13, 2008 [»](#)
- ☆ [Facebook & Myspace: chacun 115 millions de visiteurs uniques mensuels](#) - Sur la base de chiffres Comscore, Techcrunch publie un graphe sur Jun 13, 2008 [»](#)
- ☆ [octothorpe](#) - Au cours d'un wilf internet, je viens de lire ce mot "octothorpe" que je n'avais jamais vu. J'aime ces mots exotiques comme la Jun 12, 2008 [»](#)

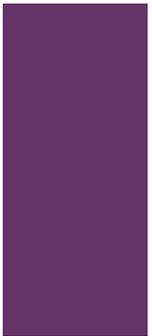
[▲ Previous item](#)

[▼ Next item](#)

more than 60 items



Netvibes



(3) iphonemag.ch

- Vacances avec mon iPhone 3G - hier
- L'iPhone 3G débloqué par de brésiliens !! - hier
- 9000 iPhones pour Orange et Swisscom - hier
- Attendre, toujours attendre... - il y a 3 jours
- Blog au ralenti - il y a 3 jours
- Des nouveautés prochainement - il y a 3 jours
- Un million ! - il y a 3 jours

suisvant →

Hello Android - Android OS news, tutorials, downloads

- Google IO Sessions Available Online - il y a 1 mois
- Mobile Development Survey - il y a 1 mois
- Google IO Wrap-Up - il y a 1 mois
- ADC finalists to receive SDK snapshots, deadline extension - il y a 1 mois
- Details on ADC winners and judges released - il y a 2 mois
- More on the winners - il y a 2 mois
- Google ADC Phase 1 - The Top 50 Applications (only 46 public) - il y a 2 mois

suisvant →

(10) Celularis

- Hits Mobile, nuevo OMV para España - il y a 3 heures
- Ya se puede descargar la beta de Opera Mobile 9.5 - il y a 4 heures
- Simyo quiere que se regulen los contratos de permanencia - il y a 4 heures
- Nokia Widgets para S60 Browser - il y a 7 heures
- Personal lanzó Tarjetas Prepagas de SMS - il y a 12 heures
- Promo: Móvil y Consola, a precio de Móvil - il y a 13 heures
- Excelentes promos: Tu multa de tránsito por un headset! - il y a 17 heures
- iPhone Prepago - il y a 18 heures
- Nokia llega al 40% del mercado mundial de teléfonos - il y a 18 heures
- Gmail en tu Nokia N800 y N810 - il y a 18 heures

(2) Go to Android - The Android Applications Community

- New owners for Gotoandroid.com - il y a 1 semaine
- MonolithAndroid 1.0.3-c alpha - il y a 1 mois
- FIL (fall in love) 1.0.0 - il y a 2 mois
- FIL (fall in love) - il y a 2 mois
- Space Bugs Demo 1.0 -1.0 - il y a 2 mois
- Space Bugs Demo 1.0 - il y a 2 mois
- Opera Mini for Google Android - il y a 3 mois

suisvant →



Tracking



- Suivre, monitorer, surveiller son concurrent
- Soigner sa réputation en ligne
- Rechercher une société dans Google ->
 - pages corporatives
- Recherche dans des outils de tracking ->
 - réactions des consommateurs
 - actualité de l'entreprise
 - analyses
 -



Recherche dans la blogosphère



- Moteurs spécialisés dans la recherche au sein de la blogosphère
- BlogPulse, Technorati, Google Blog Search...



Analyse de tendances



- Outils qui permettent de suivre et mesurer la tendance, la popularité et l'influence ressentie sur le web autour d'une compagnie, d'une marque ou encore d'un produit
- Recherche de conversations autour d'une marque
- Indicateurs - Graphiques - Courbes comparatives
- Trendrr, TrendPedia, NetCooler, AideRSS, Xinu, StartPR, HowSociable, SamePoint...



Alertes



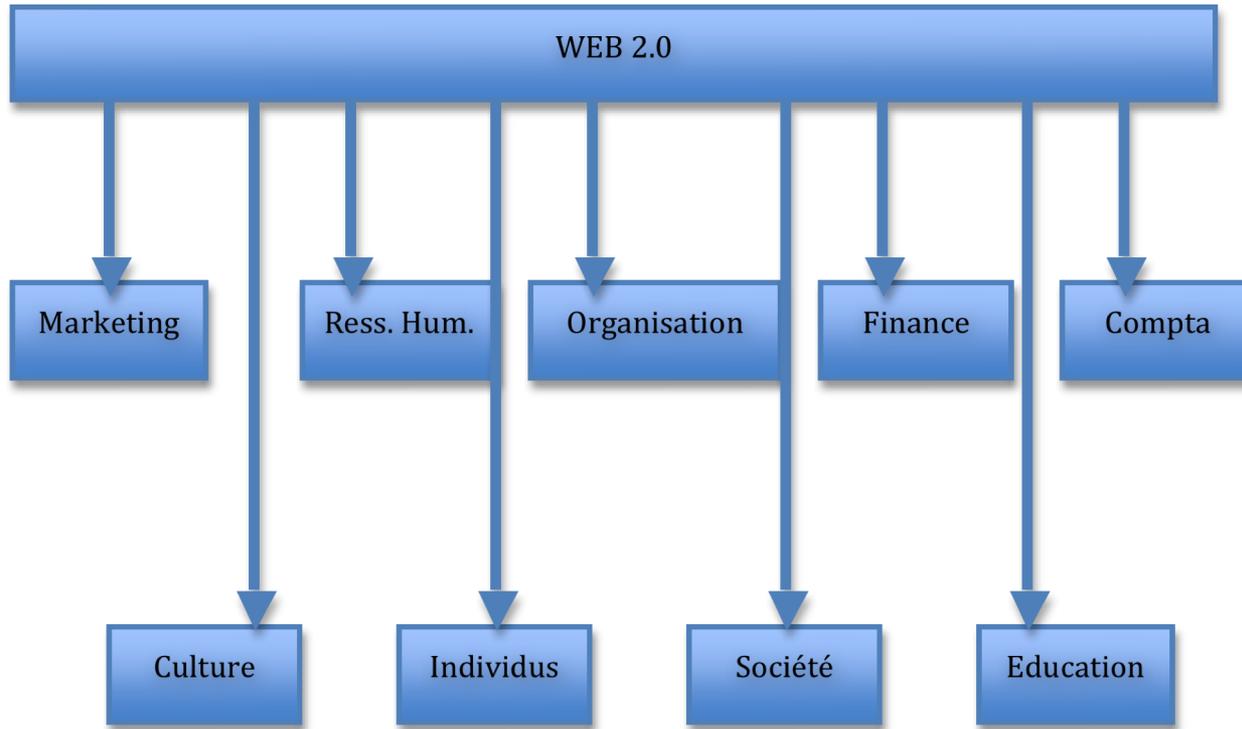
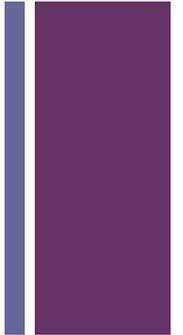
- Systèmes de notification automatique par e-mail ou par flux RSS autour d'un terme ou d'un thème
- Réception automatiquement lorsque des articles sont publiés en ligne sur le thème indiqué
- Google Alert, Technorati Watchlists...



Solutions intégrées



- Recherche Blogosphère + Recherche Réseaux Sociaux + Scanning Site de News + Analyses Graphiques + Système d'Alertes...
- Pleegs, FiltrBox, Trackur, FavBot...

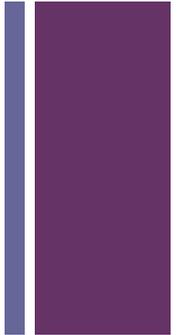




**Le
Marketing
3.0**

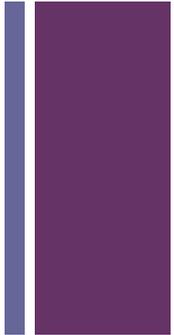
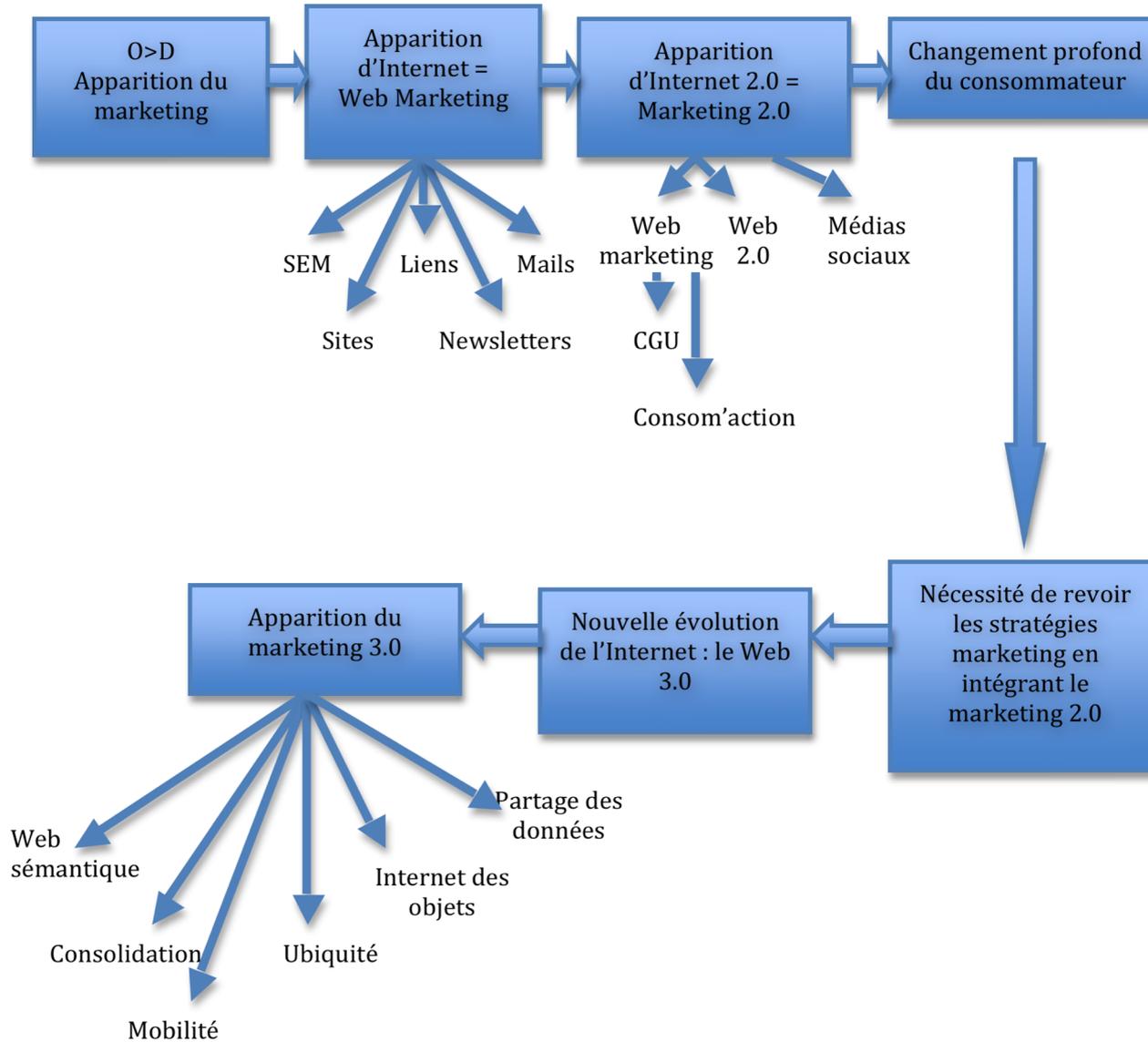
+ **L'inévitable apparition du marketing 3.0**

- Aussi importants et surprenants que puissent paraître les bouleversements survenus sur le web au cours des dernières années, ils ne constituent qu'un début dont la suite est difficile à imaginer... mais pas impossible
- La difficulté consiste désormais à anticiper ce qui risque de changer dans cet univers mouvant auquel nous avons déjà du mal à nous faire



+ L'inévitable apparition du marketing 3.0

- Le passage du marketing traditionnel à celui dit 2.0 a signifié la fin d'une communication unidirectionnelle de l'entreprise vers ses consommateurs en faveur d'un dialogue avec le consommateur et surtout entre les consommateurs, à l'instar des évolutions réunies sous le label web 2.0
- Les media de masse ont laissé une place aux media qui autorisent une réponse du consommateur (Internet, street marketing, appareils nomades...), lui conférant sur ces nouveaux terrains une capacité d'expression équivalente aux marques. Cependant, le web 2.0 n'a pas encore montré la totalité de ses possibilités que l'expression web 3.0 est déjà lâchée

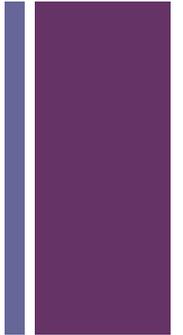




Les composantes du marketing

3.0

- Avancer toujours vers de nouvelles technologies, vers de nouveaux usages et définir de nouveaux concepts marketing et technologiques.
- Quelles sont donc les grandes composantes de ce web 3.0 que l'on voit dores et déjà apparaître ?

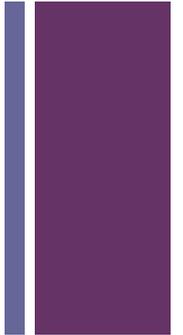




Les composantes du marketing

3.0

- La consolidation : Beaucoup d'entreprises d'aujourd'hui vont mourir et on va voir l'apparition de nouvelles consolidations qui seront les poids lourds de demain. En ce qui concerne le web 3.0, Facebook a déjà bien posé les fondations de ce qu'il sera. Le web 3.0 sera majoritairement une consolidation de différentes applications. Une sorte de mash up géant, un couteau suisse pour experts. On voit déjà cette tendance pointer et beaucoup de petits réseaux sociaux s'associer à d'autres applications pour survivre. Avec le web 3.0 ce sera moins l'apogée des applications créées en partant de rien, il faudra davantage de stratégie pour en faire une application viable

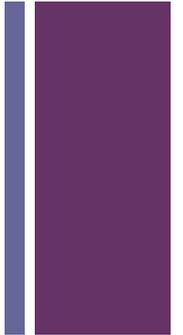




Les composantes du marketing

3.0

- La mobilité : Les applications seront disponibles sur tout type de support et notamment les « mobiles devices ». Le iPhone et le Blackberry ont bien amorcé la tendance. En effet, on sera dorénavant capables de tout faire à partir des applications mobiles. La vidéo sera davantage utilisée. On se promènera avec son ordinateur à chaque instant sans faire de réelle différence de support. Toutes nos données seront dans nos poches, Au domicile, ce sera toujours le même support qui sera utilisé. Certains sont même en train d'étudier l'utilisation éventuelle des hologrammes

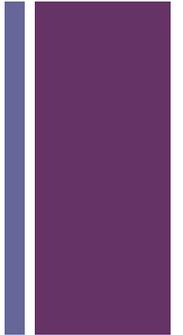




Les composantes du marketing

3.0

- La personnalisation : L'utilisateur veut pouvoir faire ce qu'il veut avec les applications qu'il a choisies. Design, organisation, assemblage des applications, c'est à lui de décider. Finies les applications statiques et identiques pour tous, l'utilisateur prend le pouvoir

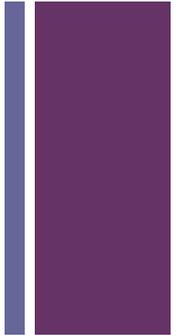




Les composantes du marketing

3.0

- Le partage des données : Un utilisateur aura créé un profil dans une application qu'il va ainsi pouvoir partager avec d'autres applications. Son inscription sur un autre service s'en trouvera accélérée et l'utilisateur restera propriétaire de son propre set de données. Les applications partageront donc les informations utilisateurs qui décideront de les mettre à disposition par le biais d'un service ou d'un autre. L'utilisateur sera donc un peu un «nomade applicatif » qui se promènera d'une application à une autre avec dans sa valise les mêmes informations déjà formatée qui seront alors rentrées telles quelles dans la nouvelle application de sa sélection.

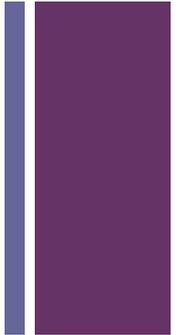




Les composantes du marketing

3.0

- La recherche sémantique : L'utilisateur fait face à un océan d'information au travers du web et ce qu'il veut maintenant c'est de pouvoir l'organiser et d'y trouver ce qu'il cherche de façon rapide, ceci intégrant plusieurs critères. Le web doit pouvoir réfléchir comme l'utilisateur. La recherche devient intelligente et pointue, elle se modèle de façon intellectuelle, c'est à dire à la façon d'une réponse à une question. En effet, jusqu'à maintenant, l'utilisateur devait répondre à une question pour laquelle il aurait une réponse existante dans le système. Dorénavant, il posera sa question et c'est le système qui s'y adaptera.

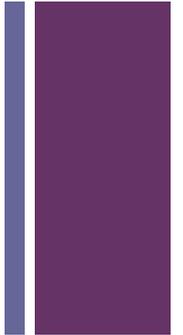




Les composantes du marketing

3.0

- Le marketing: La recommandation restera le maître mot marketing. Justement parce que l'information est trop dispersée, l'utilisateur va davantage se référer à sa grappe, à sa communauté. Les grappes vont aussi davantage se regrouper pour pouvoir mieux servir les intérêts de chacun de leurs membres.

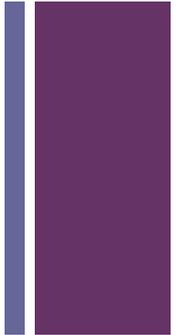




Les composantes du marketing

3.0

- Les prix : Maintenant que plus personne ne peut se passer Internet, les applications seront davantage payantes, les consolidations rendant cela possible. Tous ont bien observé que la publicité n'est pas suffisante aussi les business models vont se développer afin d'offrir des services à haute valeur ajoutée.

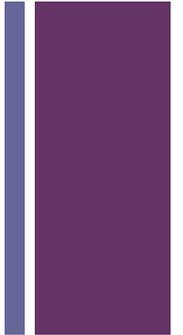




Les composantes du marketing

3.0

- Avec le marketing 3.0, tout objet sera directement relié à la toile en permanence (1) et y puisera les infos nécessaires à son fonctionnement. Un exemple : le parapluie qui vous prévient s'il va pleuvoir
- Le web sémantique (2) comprendra les données qui transitent sur la toile et saura donc les remixer pertinemment.

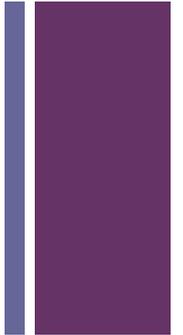




Les composantes du marketing

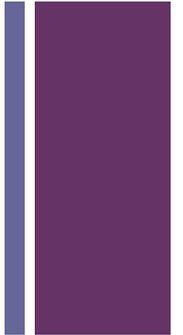
3.0

- Enfin, conséquences de (1) et de (2), les informations personnelles circulant sur le net seront pour la plupart exactes (3), soit parce qu'elles seront générées automatiquement (position géographique, ce que nous faisons sur Twitter ou Facebook...) soit issues d'organismes certifiés), soit parce que la centralisation de l'identité numérique (voir OpenID) obligera à garder la même identité certifiée pour des actions différentes (accès à ses dossiers, interactions avec le groupe d'amis, paiement électronique...)





Les composantes du marketing 3.0



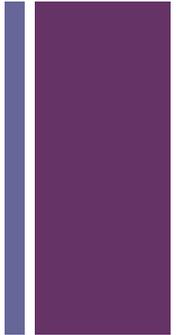
- Sur la base des changements que s'apprête à vivre le web, le marketing devra lui aussi évoluer pour s'adapter. Analysons donc les implications de l'arrivée du web 3.0 pour ce dernier.



Les composantes du marketing

3.0

- Premièrement, ce sera la fin de la dichotomie online vs offline, comme nous serons connectés en permanence, sans que cela induise pour autant d'être assis devant un écran. La déclinaison d'une campagne sur Internet sera une évidence. Le net sera alors polymorphe et les marques auront l'embarras du choix pour s'annoncer : dans les mondes virtuels (Second Life), les réseaux sociaux (Facebook), l'internet en streaming (Joost), l'internet de proximité (My Neighborhood, c'est-à-dire l'internet rattaché à un point géographique), l'internet M2M (Machine to Machine), l'e-mail ou les messageries instantanées.

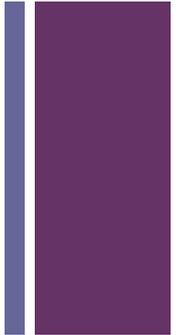




Les composantes du marketing

3.0

- Secondement, les annonceurs hyperconnaîtront les consommateurs : leur identité, leur comportement, leurs goûts, leurs précédents achats, leur parcours, leurs rêves... Sur le modèle de Criteo (voir aussi Last.fm, Matchmine, rollSense, Scouta, similicio.us, ou même les méthodes de recrutement de Google) les algorithmes recouperont toute l'information disponible publiquement sur un individu pour en déduire de l'information nouvelle, et ainsi proposer des annonces pertinentes et prédictives. C'est ce que projette de faire Facebook, mais Microsoft s'y emploie déjà en prédisant notre propension à consommer en fonction du site visité ou du mot recherché.

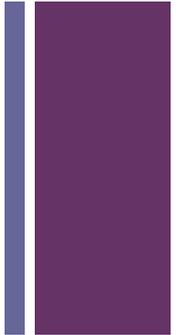




Les composantes du marketing

3.0

- Troisièmement, les blogs experts seront assimilés aux media traditionnels. L'arrivée de la publicité sur les blogs, à la fois en achat d'espace (du type Blogbang) ou en advertorial (voir un exemple de la campagne TA+K Entrer de BNP Paribas), induira le tassement de la confiance dont ils bénéficient jusqu'à présent.

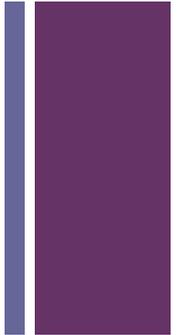




Les composantes du marketing

3.0

- De ce fait, de nouveaux prescripteurs apparaîtront, machines ou humains. Machines car le consommateur délèguera une partie de son pouvoir d'achat à un système d'intelligence artificielle (il lui délègue déjà sa présence en ligne).

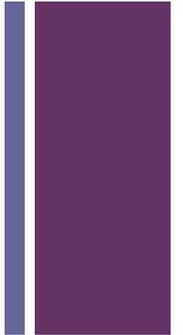




Les composantes du marketing

3.0

- Ce sera ainsi le GPS doté de la fonction « un lieu au hasard » ou le frigo qui fait ses courses sur Internet disposant d'un budget alloué pour surprendre son propriétaire en prenant le contrepied de ses habitudes. Plausible d'autant qu'il existe déjà des situations où le consommateur dépense à l'aveugle. Brand You New Tube coûte 20 £ mais contient pour 80 £ de cosmétiques à tester. Les voyages surprises de Luxair vous emmènent vers une destination inconnue pour 111 € AR

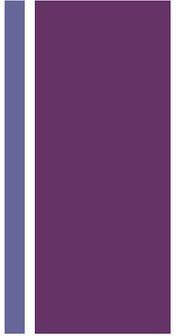




Les composantes du marketing

3.0

- Et vous ignorez quel est le goût de votre boisson *Anything* ou *Whatever* avant de l'avoir goûtée. L'enjeu sera donc d'inventer un marketing qui cible ce nouveau type d'influenceur

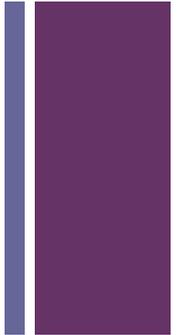




Les composantes du marketing

3.0

- Quant aux prescripteurs humains, les consommateurs feront de plus en plus confiance à ceux qu'ils connaissent personnellement. Leur influence s'étendra ainsi à un public certes restreint mais très à l'écoute. Ils diffuseront plus la tendance qu'ils ne la créeront. L'enjeu pour les marques sera de savoir leur parler en adoptant leurs codes, preuve de l'authenticité de la démarche. Et en ce qui concerne les véritables trendsetters, ils devront trouver un équilibre entre la tentation d'élargir leur audience pour la monétiser et le souci de conserver une certaine légitimité en restant confidentiels. Ce sera le cas, par exemple, des PDF magazines de niche pour l'art et le graphisme, de Profiteurs2Hype pour les sorties à Paris, de Yanko pour le design (la preuve), d'iqons pour la mode ou de la MJC pour les sneakers



+

Les composantes du marketing 3.0

Pyramide de Maslow 3.0 Version 2010

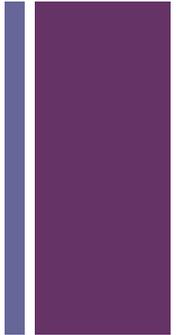




Les composantes du marketing

3.0

- **Survie** : Le besoin primaire de survie du web 3.0 semble basé sur la dimension sociale. Qu'on soit clair, l'usage des réseaux sociaux risque de passer devant les usages primaires de l'internet d'aujourd'hui. Ainsi on peut penser que la recherche se fera par les réseaux sociaux directement. L'apparition de la navigation par le contenu passe par une nouvelle consommation de l'information. Ainsi on voit entrer dans ce besoin de survie une envie de consommer du contenu : peu importe la façon dont on le fait. Pearltrees ou WozaiK en sont les premiers exemples. On hiérarchise et on partage l'information. On peut aussi y intégrer la recherche sémantique avec des services comme wolfram alpha. Twitter deviendra un outil d'information web en temps réel, information chaude et permanente. Enfin, les Mashups seront la norme avec des services comme Digg.

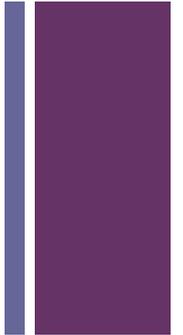




Les composantes du marketing

3.0

- **Sécurité** : On ajoutera à la sécurité des données une vraie sécurité dans l'environnement réel. En effet, les applications en tous genres et la réalité augmentée permettront de se sentir en sécurité partout dans le monde. Ainsi l'on pourra parler plusieurs langues, visiter des lieux avec une vraie sécurité d'information. La sécurité de l'information passera aussi par une consommation de contenus proposés par des gens dans le monde entier. Ainsi des sites comme Stumbleupon permettront de se sentir en sécurité dans sa consommation de contenus. La rationalisation du bouton « like » de Facebook permettra pour les annonceurs de mieux cibler et donc de communiquer en toute sécurité. On parlera alors d'une sécurisation des campagnes et du ciblage.

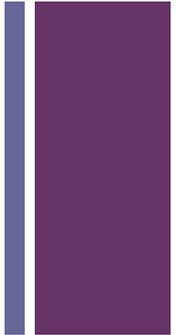




Les composantes du marketing

3.0

- **Appartenance et sociabilisation** : Dans le web 3.0 la sociabilisation et l'appartenance se feront de manière géolocalisée. En effet des services comme Foursquare seront la nouvelle façon de se sociabiliser. De plus, les rencontres physiques seront la norme avec un retour vers le réel avec des communautés de quartiers par exemple. Enfin on pourra se rencontrer grâce à des réseaux de plus en plus segmentés comme Marmite Love par exemple.
- **Estime** : La valorisation personnelle passera, dans le web 3.0, par une consommation de services tactiles. Ainsi l'Ipad, les tablettes tactiles, les produits de hautes technologies et de consommation du contenu en mobilité permettront de valoriser son mode de consommation. On se réalisera en ayant de l'information à disposition partout, dans tous les contextes et avec une vraie rapidité. Ce n'est pas l'outil qui assouvi ce besoin d'estime mais ce sera sa consommation ! Il faudra être un point d'information vivant.

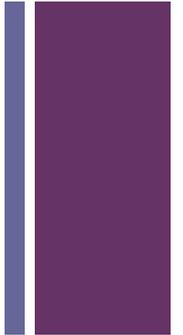




Les composantes du marketing

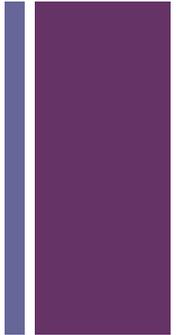
3.0

- **Réalisation** : L'interconnexion du travail en temps réel et partout dans le monde permettra une création collective de documents et outils. C'est déjà le cas avec les wikis mais les outils tels que Zoho ou Google doc tendront à se rationaliser. La notion d'intelligence collective sera la norme. Aussi étonnant que ça puisse paraître, le passage (déjà bien engagé) des plateformes UGC du statut d'hébergeur à celui de diffuseur entraîne la création d'un contenu éditorial proche de la forme médiatique. Le fait de travailler de plus en plus sous forme de chaînes permet de réaliser un média UGC collaboratif. Ce besoin de réalisation passe aussi par l'utilisation de sites permettant de modifier du contenu et de jouer avec comme Vodkaster. Résumons en trois termes : éditorialisation, interconnexion et appropriation.





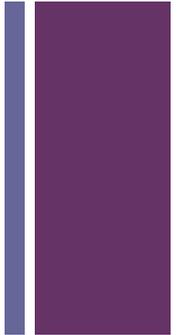
La prédominance annoncée de la mobilité



- Sur la liste des achats de fin 2007 des jeunes Japonais, les PC sont arrivés loin derrière écouteurs, caméras, consoles de jeux et autres gadgets électroniques. Ils s'amuse, se connectent et communiquent autrement. La baisse des ventes de laptops et de desktops a commencé cinq trimestres plus tôt et ne s'est pas démentie depuis. Un Japonais sur deux utilise son téléphone mobile pour envoyer des courriels et surfer sur le web. Mobagay Town, le réseau social qui croît le plus rapidement, est conçu exclusivement pour être utilisé à partir de téléphones



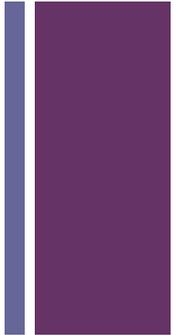
La prédominance annoncée de la mobilité



- Les Japonais semblent être ainsi les premiers à se rendre compte que nous n'avons pas vraiment besoin de processeurs plus puissants et que les disques durs gigantesques ne valent pas nécessairement le prix auquel ils sont vendus. Il s'agit d'un premier pas dans l'ère de la mobilité. Au lieu de « web 3.0 », nous serons peut-être amenés, pour marquer une différence, à parler de « mobilité 2.0 » ou, pour se libérer de la référence, de « mobilité+ » (ou « m+ », pour faire vite par SMS).



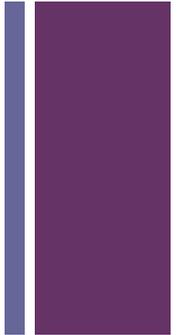
La prédominance annoncée de la mobilité



- Il y a une très forte pression pour « devenir mobile ». Pas seulement en terme de téléphone, mais aussi parce qu'on voudra être capable de ne pas être bloqué devant son ordinateur comme on l'est aujourd'hui. Les barrières ne sont pas technologiques. Elles nous sont imposées par les opérateurs de téléphonie mobile. Il y a tellement de choses que nous aimerions faire et que nous ne pouvons pas faire.



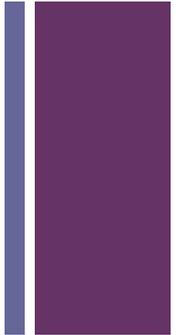
La prédominance annoncée de la mobilité



- Dans un commentaire à un billet sur le sujet publié sur Transnets, le consultant Xavier Dalloz suggère le terme de « mobiquité » (mobilité + ubiquité).
- La mobilité est elle-même en pleine mutation. Il s'agit de rendre compte à la fois du fait que, depuis un nombre croissant de lieux et de situations, nous pouvons avoir accès à un monde d'informations et de loisirs bientôt aussi riche (ou plus) et infiniment plus cool que celui que nous avons devant nos ordinateurs et nos téléés.



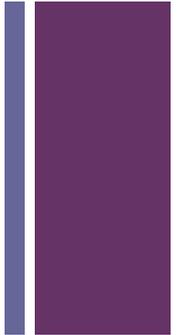
La prédominance annoncée de la mobilité



- Le haut débit sans fil ouvre un nouveau plateau de perspectives.
- L'apparition puis la multiplication des gadgets web tels que l'iPhone d'Apple ou le Kindle d'Amazon sont des signaux. La tendance prendra de la force avec l'arrivée sur le marché des ordinateurs ultraportables moins puissants que les laptops auxquels nous sommes habitués, beaucoup moins chers et totalement suffisants.



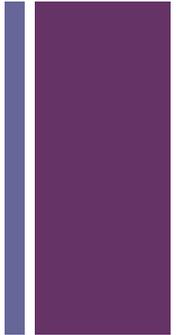
Modifications sociologiques



- Derrière les transformations de l'internet, c'est bien un bouleversement profond des cerveaux et des esprits que l'on peut entrevoir. Et derrière ces mutations individuelles, un profond changement de l'organisation sociale.



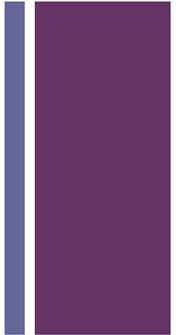
Modifications sociologiques



- Alors que le 20e siècle s'est achevé par le triomphe de l'image, le 21e siècle débute par une certaine réhabilitation de l'écriture, l'outil permettant le mieux d'exprimer les pensées sans s'encombrer des apparences, visuelles ou auditives. Nous savons désormais que nous pouvons à tout instant partager nos impressions de l'instant comme nos pensées profondes avec des proches, mais aussi avec de simples relations ou des inconnus. Cela n'empêche aucun de nous de conserver ses secrets, mais tout de même, la vie virtuelle est une vie qui se vit à cerveau ouvert, et cela transforme jusqu'à notre façon de penser. Nous ne sommes plus seuls avec notre vie intérieure, ou en tout cas sa porte n'est plus étanche, ni réservée à un minuscule cercle d'intimes, ou, pour les croyants, à Dieu... C'est la première grande donnée de cette « alchimie des multitudes »



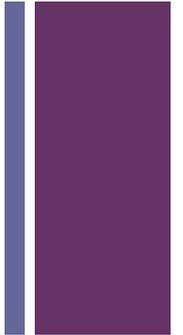
Modifications sociologiques



- Si les adolescents d'aujourd'hui s'intéressent à leurs semblables plutôt qu'aux mystères de l'Espace ou aux secrets de la mer Rouge, c'est parce qu'avec Internet l'exploration de la vie intérieure des autres a remplacé la découverte de mondes inconnus comme mode de quête de soi-même.



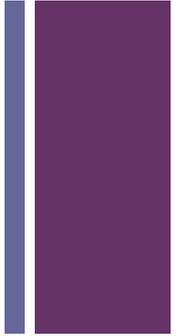
Modifications sociologiques



- La deuxième grande donnée de l'alchimie des multitudes, c'est que cette vie intérieure à ciel ouvert est une vie organisée et découpée en thématiques comme un roman de Perec. Internet « alchimique » nous aide à classer et à rendre présentable à tout inconnu notre univers mental. C'est formidable et c'est dangereux. Les images – nos photos, nos vidéos préférées, etc. – deviennent les composantes d'un autoportrait impressionniste dont le désordre est remarquablement normé



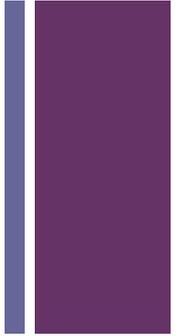
Modifications sociologiques



- Mais le progrès technique ne cesse d'avancer, dans un sens qui donnera à l'utilisateur de plus en plus de maîtrise des contenus, de facilité d'accès, et aussi de sa capacité à se rebeller contre les pratiques ou les offres qui lui déplaisent



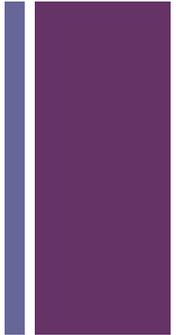
Modifications sociologiques



- À l'heure où beaucoup s'inquiètent des conséquences écologiques de l'activité industrielle, tout en reconnaissant son utilité pour le bien être collectif, l'heure a sans doute sonné d'associer à l'essor du web une vraie démarche de développement durable intellectuel. $1 + 1 =$ beaucoup, nous disent les auteurs



Modifications sociologiques



- Peut- être, mais de la qualité de l'éducation, du niveau culturel et de la conscience éthique de chaque petit 1, c'est-à-dire de chaque « webacteur », dépendra tout de même la capacité de ce « beaucoup » à nous propulser vers le progrès ou à nous expédier dans le mur.